

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
FACULTAD DE ECONOMÍA**

Disertación previa a la obtención del título de Economista

***Mercado de turismo cultural y el valor patrimonial del
Centro Histórico de Quito***

**Diana Marcela Tamayo Gallegos
danatg23@windowslive.com**

**Directora: Eco. Mónica Mancheno Karolys
mpmancheno@puce.edu.ec**

Quito, junio de 2013

Resumen

Se analiza el enfoque de demanda turística cultural para lo cual se determina las motivaciones, gustos, preferencias y características de diferentes tipos de turistas que disfrutan de la cultura, y gustan de visitar monumentos históricos o simplemente la experiencia de vida en una sociedad diferente. Para ello se estudia la Teoría de la motivación turística basándose en los atractivos turísticos existentes, por lo que se comprenderá las motivaciones que influyen en los hábitos de viaje del individuo y su selección del destino o producto turístico, todo esto relacionado con la economía. Para ello se realizan encuestas a turistas residentes de Quito y extranjeros en diferentes sitios de atracción cultural como museos e iglesias para estudiar la estimación del valor económico a pagar, consumo cultural y los principales gustos, motivaciones y preferencias que llevan al turista cultural a satisfacer sus necesidades. Por último se evaluará las políticas de conservación del patrimonio histórico y la intervención del Estado ecuatoriano, empresas privadas, organismos internacionales y del Distrito Metropolitano de Quito en el cuidado y mejoramiento de éste patrimonio cultural.

Palabras clave: Economía de la cultura, turismo cultural, patrimonio de la cultura, bien cultural, oferta turística cultural, demanda turística cultural, política cultural.

*A Dios por darme la vida, fuerza y sabiduría necesaria para poder alcanzar este
objetivo tan anhelado;*

*A mis queridos padres quienes con su apoyo incondicional y sabios consejos me
guiaron por el camino del bien, supieron ser un pilar fundamental en mi vida y han
hecho la mujer que hoy día soy;*

*A mis hermanas quienes me supieron brindar su apoyo moral e incondicional para
alcanzar esta gran satisfacción;*

*A mi Directora de Tesis Econ. Mónica Mancheno que con su tiempo y profunda
dedicación y responsabilidad ha sabido guiarme y orientarme con éxito para la
culminación de mi disertación.*

Mercado de turismo cultural y el valor patrimonial del Centro Histórico de Quito

Introducción	6
Metodología del trabajo	8
Fundamentación teórica	17
Antecedentes y definiciones del turismo	17
Teoría económica de la actividad turística	23
El mercado turístico	24
Teoría de la valoración económica del Patrimonio Cultural y los bienes de interés cultural	28
La problemática a la hora de evaluar el patrimonio	32
El valor económico de un museo de arte	33
Método de evaluación económica de los bienes de interés cultural	34
La cultura como un sector de actividad económica	36
Ventajas del Turismo cultural	37
Oferta turística cultural de la ciudad de Quito	39
Descripción del Centro Histórico de Quito	39
Museos del Centro Histórico de Quito	40
Iglesias del Centro Histórico de Quito	45
Relación entre la demanda y las motivaciones de la sociedad sobre el turismo cultural	51
Demanda del turismo cultural	51
Turista cultural y sus motivaciones	53
Perfil del turista cultural	55
Resultado y análisis de las encuestas realizadas en el Centro Histórico de Quito	66
Mecanismos para potenciar el turismo cultural	90
Participación del Gobierno Central en financiamiento sobre cultura y turismo	91
Participación de los Organismos Internacionales en financiamiento en cultura y turismo	107
Participación del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito en financiamiento en cultura y turismo	109

Participación del sector privado	116
Recomendaciones finales del capítulo	120
Conclusiones.....	123
Referencias Bibliográficas	129
Anexos	136

Introducción

El Ecuador es visto como un país megadiverso en cuanto a sus sitios naturales y culturales, que lo convierte en un valor muy apreciado para visitantes atraídos por esta diversidad de gente y de costumbres. De manera particular, el patrimonio de los pueblos está en su cultura, en la arquitectura, las artes, el folklore, además de su teatro, música, danza y en sus herencias ancestrales. El Ecuador es reconocido como Patrimonio Cultural de la Humanidad por su riqueza cultural, razón por la cual existe gran afluencia de turistas, generadores de fuente de ingresos económicos y socialización con la población.

En la actualidad se ha tomado en cuenta al turismo cultural ya que representa una de las alternativas enfocadas a la preservación y conservación de la riqueza cultural y de los valores que cada país, región, pueblo o comunidad mantienen. La valorización de la cultura de esta forma se convierte en un bien que puede ser demandado y consumido.

Por ello, se busca el aprovechamiento y enriquecimiento de los diferentes lugares culturales en el Ecuador, principalmente en el Centro Histórico de Quito (CHQ), que se lo mira como un referente cultural de todas las riquezas patrimoniales que posee la ciudad y que la han convertido en Capital Americana de la Cultura, ya que estos lugares están constituidos como centros de atracción del turismo cultural, lo que proporciona posibilidades para el desarrollo económico del país. Por lo tanto, la revalorización del patrimonio cultural de algunos de estos sitios de atracción, implica la necesidad de recuperar valores perdidos o degradados a través de la historia. Por esta razón a través de una política cultural surge la necesidad de incorporar programas de intervención que contribuyan a resaltar el patrimonio de la ciudad.

Realizar turismo cultural comprende conocer los activos culturales como museos, iglesias, edificios y centros históricos, obras, manifestaciones artísticas, culturales, parques naturales, fiestas tradicionales, artesanías, etc., lo que permite el desarrollo de la sociedad; todos estos efectos del patrimonio cultural en lo económico, lo social, lo educativo y lo cultural representan aspectos importantes en cuanto a la calidad de vida de las personas.

A continuación, se presenta un breve resumen de los contenidos de cada capítulo:

En el primer capítulo se hizo la investigación de algunos términos relacionados con el turismo cultural. Asimismo se analizó la teoría económica de turismo, y las fuerzas de mercado de oferta y demanda del turismo, y por último la teoría de la valoración económica del patrimonio cultural de algunos autores económicos.

En el segundo capítulo se realizó un análisis de la Oferta turística cultural, para comprender al conjunto de productos turísticos y servicios a disposición del turista para su disfrute y consumo, se realiza una breve descripción de los museos e iglesias más importantes del CH en dónde se han aplicado los cuestionarios de este trabajo.

En el tercer capítulo se realizó un análisis de la Demanda turística cultural con relación a la economía, se determinará el perfil del turista cultural, la disposición a pagar, las motivaciones, gustos y preferencias de diferentes tipos de turistas que disfrutan de la cultura y gustan de visitar los centros culturales del CH o simplemente la experiencia de vida en una

sociedad diferente, todo esto se hará a través de una encuesta realizada a los turistas afuera de museos e iglesias del CHQ.

En el cuarto capítulo se hizo un análisis de los mecanismos para potenciar el turismo cultural a través de las diferentes políticas, planes y proyectos que cumple el Estado como ente regulador de la ciudad, el sector privado, el Distrito Metropolitano de Quito y los organismos internacionales y los aportes que han realizado estas instituciones en inversión en turismo cultural, principalmente en el patrimonio cultural del CHQ.

En el último capítulo, se resumen y ordenan los principales resultados de la investigación, al mismo tiempo que se responde a los objetivos de la misma.

Metodología del trabajo

Como lo indica Jennings, 2001 citado por (Curiel, 2007:13), la metodología es “un conjunto de pautas para llevar a cabo la investigación”. Según Morse y Richards (2002), “la metodología de una investigación debe proporcionar una variedad de fuentes de información para garantizar la suficiente representatividad de la investigación tanto primaria como secundaria, y para llevar a cabo las comparaciones entre ellas”.

Izaguirre, Rivera y Mustelier en su estudio “*La revisión bibliográfica como paso lógico y método de la investigación científica*” (s.f.) plantean que: parte del proceso de investigación científica, toda revisión bibliográfica implica más que un paso lógico, un método científico en el cual se aplican procedimientos para localizar, procesar y reconstruir información relevante para un tema de interés a continuación se explica varios procesos de investigación bibliográfica (pág.3):

Fuente en la investigación bibliográfica

Cuando se ejecuta una investigación bibliográfica, de acuerdo a su fuente interesa definir las siguientes cuestiones básicas:

1. Tipo de fuente: primaria, secundaria y terciaria.

- **Primarias:** “los libros, antologías, artículo de publicaciones periódicas, monografías, tesis y disertaciones, documentos oficiales, reportes de asociaciones, trabajos de expertos, videocintas; siendo un tipo muy importante de fuente primaria en artículo científico” (Izaguirre et al, pág. 5).

Como lo indica (Curiel, 2007: 21-22), hay dos tipos de investigación primaria: cualitativa y cuantitativa.

La investigación cualitativa “es apta para recopilar mucha información ‘valiosa’ sobre relativamente pocas personas”; la investigación cuantitativa “parece más oportuna para obtener cifras limitadas de un gran número de personas”.

La investigación cuantitativa es un método científico siguiendo un proceso sobre “formulación hipotética, reflexión objetiva, recopilación de datos, análisis de datos y aceptación o rechazo de las hipótesis”.

En ésta investigación se aplica una encuesta que está diseñada para producir información numérica y medir las variables.

Las técnicas cuantitativas se utilizan para “obtener pequeñas cantidades de información de un gran número de entrevistados y sus observaciones”.

- **Secundarias:** “Consisten en compilaciones, resúmenes, listados de referencias publicados en un área de conocimientos en particular (son listados de fuentes primarias); reprocesan información de primera mano” (Izaguirre et al, pág. 5).

- **Terciarias:** “Se trata de documentos que comprendían nombres y títulos de revistas y otras publicaciones periódicas, así como nombres de boletines, conferencias y simposios, entre otros” (Izaguirre et al, pág. 5).
2. Tipo de documento implicado: texto clásico, texto básico, texto didáctico, publicación seriada, página web.
 3. Tipo de edición que avala el documento: convencional, electrónica, oral, audiovisual, inédito.

Encuesta

Como lo indica en su estudio (Curiel, 2007: 23), las encuestas se determinan “por preguntas de investigación y son las herramientas de recopilación de datos para el análisis cuantitativo, estadístico u hipotético”.

Una encuesta te puede decir lo que ocurre, lo que la gente hace, piensa o siente, si se formula las preguntas correctamente, si entienden lo que se pregunta y si son capaces y están preparados para dar respuestas (Curiel, 2007: 23).

1. Características fundamentales

- La información se obtiene por observación indirecta.
- Las respuestas se recogen de forma estructurada.
- Las respuestas se cuantifican y agrupan para el análisis de datos.
- Fiabilidad y validez

(Rocío Schettini del Moral, pág.2).

2. Ventajas

- Permite abarcar un amplio abanico de cuestiones en un mismo estudio.
- Facilita la comparación de resultados.
- Los resultados del estudio pueden generalizarse dentro de los límites marcados por el diseño muestral efectuado.
- Posibilita la obtención de una información significativa.
- Puede obtenerse un volumen importante de información a un mínimo coste.

(Rocío Schettini del Moral, pág.3).

3. Procedimiento general de una encuesta

- a) Formulación del problema y diseño del proyecto de investigación
- b) Selección de la unidad muestral
- c) Selección de la muestra
- d) Diseño del material para la encuesta: Cuestionario
- e) Organización del trabajo de campo
- f) Tratamiento estadístico.

- Codificación.
- Entrada de datos a una base de datos.
- Análisis estadístico

g) Discusión de los resultados

(Rocío Schettini del Moral, pág.5).

El proceso de análisis de la información

De acuerdo con el proceso de análisis, al investigar se busca y se selecciona bibliografía para su análisis crítico y descripción, precisando toda la información posible sobre el problema que se está investigando, con un triple objetivo:

- “Conocer los antecedentes de ese tema de investigación, los hallazgos de investigaciones anteriores o los resultados obtenidos en estudios previos, nos informan de lo que se sabe en la actualidad sobre un problema de interés”.
- “Desarrollar el contexto conceptual en el cual se inserta el problema de investigación: conocer las descripciones teóricas de investigaciones previas, nos proporciona el contexto conceptual para un problema de investigación.
- “Obtener información sobre el método de investigación: con la revisión bibliográfica, también se trata de conocer los métodos usados en investigaciones similares y la descripción de los instrumentos de medición y análisis estadístico”.

(Izaguirre et al, pág. 7).

Este capítulo presenta una breve descripción del proceso de investigación, las fuentes de información secundarias, la forma de proceder para la obtención de la información primaria del trabajo de campo, y el diseño, muestreo, datos técnicos y aplicación de los cuestionarios.

Objetivo general

Analizar la conformación del mercado del turismo cultural y la valoración patrimonial en el Centro Histórico de Quito.

Objetivos específicos

- Determinar la relación entre demanda y motivaciones de la sociedad respecto del turismo cultural.
- Analizar la oferta turística cultural del Centro Histórico de Quito
- Proponer mecanismos para potenciar el turismo cultural

Preguntas de investigación

- ¿Cuál es la relación entre demanda y motivaciones de la sociedad respecto del turismo cultural?
- ¿Cuál es la oferta turística cultural del Centro Histórico de Quito?
- ¿Qué mecanismos potenciarían el turismo cultural?

Fundamentos metodológicos

Los objetivos alcanzados en este capítulo estuvieron basados principalmente en la realización de varias encuestas y en la obtención de información secundaria, de naturaleza pública, sobre algunas empresas y entidades que tratan sobre el turismo en Ecuador.

El estudio se basó en tres tipos de información: la primera es documental; la segunda de trabajo de campo; y la tercera, encuestas.

1. Técnicas de investigación

- **Análisis documental:** se recopiló información a través de la lectura de libros, documentos, folletos de interés, monografías, tesis, etc. En el que se hizo resúmenes y análisis de los documentos para tratar las teorías que sustentan el estudio de los procesos de investigación.
- **Observación de campo:** permite la observación en contacto directo con el lugar de estudio. Por ello consistió en la visita a los diversos sitios en este caso museos e iglesias para verificar la información y la característica de cada atractivo turístico del Centro Histórico de Quito y de cada turista cultural.
- **Encuesta:** se realizó mediante un cuestionario previamente elaborado a estudiantes, turistas y a pobladores del lugar, para conocer el comportamiento y motivación de quienes visitan tanto museos como iglesias de la ciudad; se determinó por preguntas de investigación para de inmediato recoger y procesar los datos para realizar un análisis cuantitativo de las preguntas por medio de gráficos y tablas.

Con esto se determinó:

- ◆ La frecuencia de visitas al Centro Histórico;
- ◆ Los motivos para visitar el Centro Histórico;
- ◆ Los sitios que más frecuenta;
- ◆ Asistencia a eventos o sitios culturales específicos y si tuvo que pagar para acceder a él;
- ◆ La opinión acerca de la forma más adecuada de financiar eventos culturales o mantener el patrimonio histórico.

- **Entrevista:** se aplicó a personas expertas en el turismo cultural como historiadores, conocedores y a principales directivos o jefes de departamentos del Distrito Metropolitano de Quito, con el fin de recabar información calificada del tema para una mejor interpretación de los resultados.

2. Fuentes de información

La información se obtuvo de fuentes bibliográficas por ejemplo el Internet, además de revistas, publicaciones y libros académicos de la biblioteca de la PUCE, del Ministerio de Turismo, de la Biblioteca del Ministerio de Cultura, del Instituto Nacional de Patrimonio Cultural INPC, del Instituto de la Ciudad de Quito y del MDMQ (Municipio del Distrito Metropolitano de Quito), y se realizó entrevistas a ejecutivos de la Secretaria de Cultura y el IMPC (Instituto Metropolitano de Patrimonio Cultural) donde se obtuvo información de la gestión del sector turístico, patrimonio cultural, actividades, planes y proyectos del Municipio de Quito con respecto a la actividad del CHQ y su economía.

Se hizo una investigación en las principales entidades públicas y privadas del país como el INEC (Instituto Nacional de Estadística y Censos), Ministerio de Turismo, Ministerio de Cultura, IMPC (Instituto Metropolitano de Patrimonio Cultural de Quito), UNESCO, entre otros, los cuales publican anualmente varias estadísticas y boletines sobre turismo nacional principalmente relacionado con el Centro Histórico de Quito.

Para compartir conocimientos y colaborar con aquellas personas que también tienen un interés en el turismo cultural se realizó encuestas y entrevistas de los que provendrá la información para el análisis de la demanda y oferta turística y así enriquecer la investigación de fuentes confiables.

3. Tratamiento de la información

La investigación se basará en las principales fuerzas que rigen el mercado oferta y demanda turístico.

Por el lado de la demanda se hizo la recolección de información a fin de observar, describir, analizar e interpretar los datos obtenidos sobre las motivaciones de las personas que visitan los museos e iglesias del Centro Histórico de Quito a través de encuestas.

Una vez hechas las encuestas se procedió a la tabulación de cada una de las respuestas de quienes han sido encuestados y se analizó de acuerdo a cada pregunta.

Esta información sirvió con la finalidad de simplificar el manejo de los datos y de su interpretación. La información obtenida se procedió a su tratamiento estadístico a través de distintos paquetes informáticos, elaborándose los correspondientes gráficos (curvas, diagramas de barras, etc.).

Por el lado de la oferta la investigación consistió en un análisis descriptivo de los principales elementos culturales, en este caso se realizó en museos e iglesias del Centro Histórico de Quito, como las que se menciona a continuación:

- Museo Casa de Sucre
- Museo Alberto Mena Caamaño
- Museo de San Francisco
- Museo de la Ciudad
- Museo de San Diego
- Museo Numismático del Banco Central
- Museo de Santo Domingo
- Museo Miguel de Santiago
- Iglesia La Catedral
- Iglesia de San Francisco
- Iglesia de San Agustín
- Compañía de Jesús
- Iglesia del Sagrario
- Iglesia de Santo Domingo
- Iglesia La Merced

El cuestionario para las encuestas está dividido en cuatro grupos de preguntas, mediante las cuales se pretende medir: I) el perfil del turista cultural; II) la disposición a pagar; III) consumo cultural; IV) motivaciones, gustos, preferencias y las opiniones sobre cultura.

El primer grupo de preguntas está encaminado a medir el perfil sociodemográfico del turista cultural. El segundo grupo trata de conocer la disposición a pagar (DAP) del encuestado a través de una serie de preguntas cerradas y preguntas abiertas al final para que el individuo pudiera reflejar su verdadera DAP libremente. El tercer grupo está destinado a conocer el medio de transporte que habían empleado para desplazarse hasta el lugar, los acompañantes, el grado de satisfacción con la visita y las fuentes de información, y el cuarto grupo conocerá el objetivo del turista cultural y algunas preguntas sobre el conocimiento en cultura.

Fueron preguntas relativas a la visita a museos e iglesias de la ciudad respecto a su consumo cultural.

También se elaboró entrevistas con preguntas abiertas y cerradas a historiadores, conocedores del lugar y los respectivos directivos de los centros de atracción con el fin de conocer la historia del patrimonio cultural del Centro Histórico de Quito.

Para el caso de estudio se ha realizado encuestas afuera de museos e iglesias más importantes del Centro Histórico del que se encuentra: “Museo Casa de Sucre”, “Museo de la Ciudad”, “Museo Alberto Mena Caamaño”, “Iglesia La Merced”, “Iglesia San Francisco” y la “Iglesia de la Compañía”. Las encuestas están compuestas por 25 preguntas tanto cerradas como abiertas, ésta ha sido realizada en distintos días y a distintas horas para asegurar que todas las categorías de visitantes fuesen muestreadas.

En concreto, la encuesta fue realizada el día jueves 01 de septiembre al domingo 23 de septiembre de 2012. El horario en el que se efectuaron las encuestas fue de 9:00am a 13:00pm.

En cuanto al lugar, la encuesta se llevó a cabo a la salida de los museos e iglesias mencionados, donde los visitantes tenían más tiempo para llenar los cuestionarios. El tiempo medio para completar el cuestionario fue de 10 minutos.

Muestreo

En un documento publicado sobre “Muestreo” (s.f.), indica que es “una herramienta de la investigación científica, cuya función básica es determinar que parte de una población debe examinarse, con la finalidad de hacer inferencias sobre dicha población” (párr.2).

“La muestra debe lograr una representación adecuada de la población, en la que se reproduzca de la mejor manera los rasgos de dicha población que son importantes para la investigación” (párr.3).

Siguiendo el mismo documento en estadística “se usa la palabra población para referirse no sólo a personas sino a todos los elementos que han sido escogidos para su estudio y el término muestra se usa para describir una porción escogida de la población” (pág.1).

1. Tipos de muestreo

Existen dos métodos para seleccionar muestras de poblaciones: el muestreo no aleatorio o de juicio y el muestreo aleatorio o de probabilidad.

Según Veal (1997) citado por (Curiel, 2007: 33), afirma que el muestreo aleatorio es “la oportunidad de inclusión de todos los miembros de la población. Se usan distintos muestreos aleatorios en diferentes tipos de encuestas, por ejemplo, encuestas familiares, encuestas de lugar, usuario, o visitantes estacionarios o móviles; encuestas callejeras con muestreo de cuotas; y encuestas por correo con muestreo aleatorio”.

El mismo autor afirma que el muestreo no aleatorio, se identifica con “el muestreo de conveniencia, el muestreo intencionado, el muestreo de aumento rápido, el muestreo de expertos o el muestreo de cuotas”. El muestreo de conveniencia significa “tomar como muestra a cualquiera que está disponible para responder al cuestionario o a quién el investigador puede contactar fácilmente”.

2. Cálculo del tamaño muestral

Para Levin, Richard y David Rubin (2010), el tamaño muestral “permite comprobar lo que se pretende con una seguridad aceptable y el mínimo esfuerzo posible. Para el cálculo del tamaño muestral existe una fórmula estadística apropiada.

Consta del error estándar, que mide el intervalo de confianza de cada parámetro. La precisión estadística aumenta (el error estándar disminuye) cuando el tamaño muestral crece”.

Se puede aplicar las siguientes fórmulas para el cálculo del tamaño muestral (si el muestreo es aleatorio):

Tamaño de la población desconocido

$$\text{Tamaño de la muestra: } n = \frac{z^2 \cdot p \cdot q}{e^2}$$

Donde:

z= Coeficiente de confianza

p= prevalencia esperada del parámetro a evaluar. En caso de desconocerse, aplicar la opción más desfavorable (p= 0,5), que hace mayor el tamaño muestral.

q= 1-p

e= error que se prevé cometer

Tamaño de la población conocido

$$\text{Tamaño de la muestra: } n = \frac{z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{e^2 \cdot N - 1 + z^2 \cdot p \cdot q}$$

Donde:

N= tamaño de la población

z= coeficiente de confianza

p= prevalencia esperada del parámetro a evaluar. En caso de desconocerse, aplicar la opción más desfavorable (p= 0,5), que hace mayor el tamaño muestral.

q= 1-p

e= error que se prevé cometer

3. Población y muestra para el caso de estudio en el Centro Histórico de Quito

En vista de que la población del Centro Histórico de Quito es mayor a 50.000 habitantes se utilizará la siguiente fórmula para obtener la muestra de la encuesta que se realizó.

$$\sigma_{\hat{p}} = \sqrt{\frac{pq}{n}}$$
$$Z = \frac{\hat{p} - p}{\sigma_{\hat{p}}} = \frac{e}{\sigma_{\hat{p}}}$$
$$Z = \frac{e}{\sqrt{\frac{pq}{n}}} \Rightarrow Z^2 = \frac{ne^2}{pq}$$
$$n = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

Dónde:

n = tamaño de la muestra	i
p = probabilidad de éxito	0.5
q = probabilidad de fracaso	0.5
z = coeficiente de confianza	95%~1.96
e = error muestral	0.06

$$n = \frac{(1,96)^2(0,5)(0,5)}{0,06^2} = 267$$

El tamaño de la muestra a utilizar será de 267 personas.

Fundamentación teórica

Con el propósito de aclarar las nociones básicas de este trabajo de investigación, se ha definido algunos términos como turismo cultural, patrimonio cultural, bien cultural, entre otras definiciones. A continuación se hará un análisis de la teoría económica del turismo y las fuerzas de mercado que relacionan la oferta y la demanda con el turismo cultural.

Asimismo se analizará la Teoría de la valoración económica del patrimonio cultural, según algunos autores, se reconoce las preferencias de los individuos sobre los bienes culturales y su mayor disposición a pagar, con ello se ha desarrollado una variedad de técnicas o metodologías de valoración de este tipo de bienes como el método de valoración contingente con la aplicación de una encuesta a turistas motivados culturalmente.

Antecedentes y definiciones del turismo

1. Definición del turismo

El concepto de turismo se estudia desde diversos enfoques dada la diversidad de los elementos que lo conforman.

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT, 1994, citado en Secretaria de Turismo de México, 2001: 31), “el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos”.

Con respecto al entorno habitual destaca Mónica Pérez (2004:21): “Entorno habitual de una persona consiste en una cierta área alrededor de su lugar de residencia más todos aquellos lugares que visita frecuentemente”.

Según la Cuenta Satélite del Turismo de México (INEGI-SECTUR 2009: 6) define al turismo como:

El desplazamiento momentáneo que realizan las personas y comprende las acciones que efectúan durante sus viajes y estancia fuera de su entorno habitual. Así el turismo engloba un conjunto de actividades que producen los bienes y servicios que demandan los turistas, que va desde transporte, alojamiento, alimento, compras, distracciones, etc.

Desde el punto de vista del ocio y la recreación, “el turismo está compuesto por personas que viajan por vacaciones, acontecimientos deportivos o culturales, para visitar amigos o parientes, negocios, educación, religión y salud” (Javier Esteban, Curiel 2007: 42).

En sí el turismo trata sobre los principales elementos que motivan a los turistas a viajar para intercambiar conocimientos, cultura, aventuras, creencias, idiomas, etc., fuera de su lugar de residencia, donde, contribuye en gran medida en el crecimiento de un país y en la riqueza de los pueblos. El turismo puede ser de ocio o recreación, cultural, religión, negocios, playa, salud, entre otros.

2. Turismo cultural

Para Héctor Gutiérrez (2008) el turismo cultural es la “actividad que permite a las personas contemplar y experimentar las diferentes formas de vida de otras gentes y como consecuencia comprender sus costumbres, tradiciones, sus pensamientos expresados en lugares históricos, arqueológicos, arquitectónicos o de otra significación cultural”.

La OMT (1985) ha definido el turismo cultural de dos maneras:

- 1) El traslado de personas por motivos esencialmente culturales, tales como los viajes de estudio o por las artes escénicas, los viajes a festivales y otros acontecimientos culturales, las visitas a lugares de interés y monumentos, los viajes para estudiar la naturaleza, el folklore o el arte y las peregrinaciones.
- 2) Todo traslado de personas se podría incluir en esta definición porque satisface la necesidad humana de diversidad, y suele incrementar el nivel cultural del individuo y dar lugar a nuevos conocimientos, experiencias y encuentros.

Por su lado Javier Esteban, Curiel (2007: 61) toma en cuenta que “si el turista está motivado por el deseo de observar, aprender y participar en la cultura del destino turístico. La relación entre cultura y turismo está delimitada”. Un ejemplo de ello es el patrimonio cultural, ya que las personas motivadas por experimentar nuevas formas de vida, cultura y conocer sus manifestaciones artísticas, deciden organizar un viaje turístico.

“Por tanto, la cultura, como recurso que se convierte en producto, es una mercancía que se comercializa a nivel turístico”.

Según Curiel (2007), el turismo cultural se ha transformado en una tendencia mundial en crecimiento en los últimos años, pues juega un papel muy importante para dar a conocer, preservar y disfrutar el patrimonio cultural y turístico de cada país y en él se interrelacionan tres elementos -patrimonio, turismo y cultura-, el cual contribuye al desarrollo económico, social y cultural de los pueblos.

El turismo cultural se refiere al viaje turístico de personas a una atracción cultural lejos de su residencia habitual con la intención de satisfacer sus necesidades culturales o para conocer y disfrutar de lugares patrimoniales, muestras artísticas, arte y teatro, lo que pone en contacto la historia, el patrimonio, las identidades y la cultura de los pueblos.

3. Tipos de turismo cultural

Según un estudio realizado para el turismo cultural en Valencia los tipos de recursos que agrupan las diferentes formas de turismo cultural de acuerdo a la tabla 1 son:

Tabla 1
Tipos de recursos de turismo cultural

Tipos de recursos de turismo cultural	Ejemplo
1- Atracciones patrimoniales	- Museos y centros patrimoniales - Castillos, casas señoriales y monumentos antiguos - Jardines históricos - Paisajes históricos - Aldeas y pueblos históricos
2- Festivales y Acontecimientos Especiales	- Folklore - Artes escénicas - Eventos deportivos - Interés particular - Acontecimientos tradicionales
3- Industria y comercio	- Visitas a lugares de trabajo - Atracciones de agricultura y silvicultura - Tiendas famosas - Mercados - Complejos comerciales de ocio - Fábricas
4- Lugares religiosos	- Templos - Santuario - Iglesias - Catedrales
5- Arquitectura	- Edificios singulares
6- Idioma	- Idioma indígena predominante - Idiomas minoritarios y regionales - Dialectos y acentos - Escuelas de idiomas
7- Arte	- Artefactos históricos, creativos
8- Artesanía tradicional	- Teatros - Galerías de arte
9- Actividades deportivas y de ocio	- Deportes individuales y de equipo
10- Festivales de interés especial	- Activo y pasivo - Espectador - Juegos y deportes tradicionales - Bañeros - En el hogar - Fuera del hogar
11- Comida y bebida	- Gastronomía local

Fuente: Curiel, Javier Esteban (2007: 65) a partir de Swarbrooke

Elaboración: Curiel, Javier Esteban (2007:65)

Productos turísticos PLANDETUR 2020

Los diferentes tipos de productos del turismo cultural según el Ministerio de Turismo de acuerdo a la tabla 2 son:

Tabla 2
Tipos de productos del turismo cultural

Patrimonio culturales y naturales
Mercados y artesanías
Gastronomía
Shamanismo
Fiestas populares
Turismo religioso
Turismo urbano
Turismo Arqueológico
Haciendas históricas
CAVE científico, académico, voluntario y educativo

Fuente: MINTUR (2008). PIMTE-PLANDETUR 2020

Elaboración: Equipo T&L/PLANDETUR 2020

4. Patrimonio Cultural

Son todos aquellos elementos y manifestaciones, tangibles o intangibles relacionadas con las actividades artísticas y culturales como son los festivales, carnavales, fiestas tradicionales, exposiciones, temporadas y afines; producidos a lo largo del tiempo, incluido el actual. Pueden ser museos, catedrales, lugares arqueológicos e históricos, eventos programados como ferias y exposiciones, festivales de cine y teatro, obras de arte y pintura, arquitectura, escultura, entre otros (David Throsby, 2001:88-89).

“Este patrimonio cultural es recreado por las comunidades y grupos en función de su entorno, su interacción con la naturaleza y su historia, infundiéndoles un sentimiento de identidad y continuidad, contribuyendo a promover el respeto de la diversidad cultural.” (Betsabe Zanlongo, 2003:1).

La sostenibilidad del turismo cultural buscará que el patrimonio cultural se convierta en el motor para el desarrollo sostenible mediante la rehabilitación y renovación de los sitios culturales de manera que se mantenga la preservación y conservación de estos lugares y la identidad de los pueblos.

Gráfico 1
Actividad cultural en Quito
Fiestas de Quito



Fuente: Ministerio de Cultura

El patrimonio cultural abarca varias categorías:

- 1) El patrimonio cultural material: está compuesto por todos los bienes culturales que conforman la riqueza de Ecuador. Se clasifica en patrimonio material inmueble y patrimonio material mueble.
- ◆ Patrimonio material inmueble: se refiere a los bienes culturales que no pueden trasladarse y abarca tanto los sitios arqueológicos (huacas, cementerios, templos, cuevas, andenes), monumentos como las edificaciones coloniales y republicanas.

- ◆ Patrimonio material mueble: incluye todos los bienes culturales que pueden trasladarse de un lugar a otro, es decir, objetos como pinturas, cerámicas, orfebrería, mobiliario, esculturas, monedas, libros, documentos y textiles, entre otros.

2) patrimonio cultural inmaterial se refiere a:

- ◆ Tradiciones y expresiones orales, incluido el idioma como vehículo del patrimonio cultural inmaterial.
- ◆ Artes del espectáculo (como la música tradicional, la danza y el teatro).
- ◆ Usos sociales, rituales y actos festivos.
- ◆ Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo.
- ◆ Técnicas artesanales tradicionales.

Gráfico 2
Fiestas tradicionales del Ecuador



Fuente: Ministerio Coordinador de Patrimonio

5. Bienes culturales

Es el bien material o inmaterial que tiene gran importancia para la sociedad que lo utiliza, tales como monumentos de arquitectura, de arte o de historia; religiosos o seculares, sitios arqueológicos, grupos de construcciones de interés histórico y artístico, obras de arte, manuscritos, libros y colecciones científicas.

De acuerdo al reglamento planteado por la UNESCO (1978) identifica las siguientes categorías:

- El producto de las exploraciones y excavaciones arqueológicas, terrestres y subacuáticas.
- Los objetos antiguos tales como instrumentos, alfarería, inscripciones, monedas, sellos, joyas, armas y restos funerarios, en especial las momias.
- Los elementos procedentes del desmembramiento de monumentos históricos.
- Los materiales de interés antropológico y etnológico.

- Los bienes que se refieren a la historia, incluida la historia de las ciencias y las técnicas, la historia militar y social, así como la vida de los pueblos y de los dirigentes, pensadores, científicos y artistas nacionales.
- Los bienes de interés artístico, tales como:
 - Pinturas y dibujos hechos enteramente a mano sobre cualquier soporte y en toda clase de materias.
 - Estampas originales, carteles y fotografías que constituyan medios originales de creación.
 - Conjuntos y montajes artísticos, cualquiera que sea la materia utilizada.
 - Producciones del arte estatuario, cualquiera que sea la materia utilizada; obras de arte y de artesanía hechas con materiales como el vidrio, la cerámica, el metal, la madera, etc.
- Los manuscritos e incunables (libro impreso durante el siglo XV), códigos, libros, documentos o publicaciones de interés especial.
- Los objetos de interés numismático (monedas y medallas) o filatélico.
- Los documentos de archivos, incluidas grabaciones de textos, mapas y otros materiales cartográficos, fotografías, películas cinematográficas, grabaciones sonoras y documentos legibles a máquina.
- Los instrumentos musicales.
- Los especímenes de zoología, de botánica y de geología.

6. Bien meritorio cultural

Para Zuleta y Jaramillo (2003:29), el patrimonio cultural pueden ser bienes públicos y bienes meritorios, considerando que en los primeros se presentan fallas del mercado, o no existen, mientras que en los segundos, a pesar de que los mercados trabajan y están organizados, sus resultados no son satisfactorios desde algunos puntos de vista. Se llaman también bienes meritorios ya que “los individuos no logran capturar todos los efectos positivos que el consumo y la producción de estos bienes generan para la sociedad. Estas fallas de mercado puede ser remediado gracias a la intervención de la autoridad” (Comisión Económica para América Latina [CEPAL], 104).

La fundamental tarea del Estado es la de incentivar la participación del sector privado en la tarea de conservación y preservación del patrimonio cultural, a pesar de las limitaciones de recursos y la necesidad de reglamentar dicha participación, como también la posibilidad de que el Estado realice todo tipo de planes para las tareas de conservación.

Según José Ángel Sanz Lara y Rubén Castro García, (2001) “Los bienes del patrimonio cultural son bienes públicos, no necesariamente suministrados por el Estado, sino que son bienes de no mercado, es decir, que con estos bienes no se comercia en un mercado organizado, donde la compraventa de artículos muestra los gustos y preferencias de los consumidores y donde se fija un precio competitivo”. Estos bienes cumplen con las características genéricas de *no rivalidad* y *no exclusividad*.

Para Herrero, Bedate y Sanz, (2006:30) “El consumo por un individuo no reduce la cuantía disponible de los mismos para el resto de personas y ningún individuo puede ser privado del

consumo de los bienes suministrados y en muchos casos existe gratuidad en el acceso, por lo que se cumple estrictamente la característica de consumo no exclusivo”, (*en el caso de un museo, rara vez se producen situaciones de congestión que provoquen rivalidad en el consumo; y el precio de entrada suele ser bajo, o al menos representa una parte muy reducida del presupuesto familiar de gastos, de modo que tampoco provoca exclusión en el consumo*). De igual manera se entiende que la existencia del patrimonio cultural, genera efectos externos positivos difícilmente mercantilizables y que se desarrollan en toda la sociedad con independencia de sus preferencias o sus voluntades de pago.

Por ejemplo en el caso de un Museo, todas las personas que acuden a visitarlo consumen la misma cantidad del bien en cuestión y el consumo del museo por parte de un individuo, no impide que los demás visitantes puedan disfrutar del mismo.

“El Estado es el encargado de proveer bienes públicos a la sociedad, pues de no ser así se produciría un fallo de mercado. En el caso de los bienes culturales, éste sería de menor influencia para la sociedad que el que podría provocar la no provisión de otra clase de bienes relacionados con el sistema productivo, como son, las infraestructuras, la sanidad o la educación, de lo que se deduce, que el aprecio de la cultura y el patrimonio depende del bienestar social y de las preferencias individuales” (José Ángel Sanz Lara y Rubén Castro García, 2001:3).

Al no existir precios del mercado que estime el valor de los bienes y servicios que se está tratando se dificulta el cálculo en unidades monetarias del valor económico que los individuos otorgan a este tipo de bienes, por lo que dicho valor se obtiene a partir del cálculo de la *Disposición a Pagar* de la gente que representa la cantidad de dinero que un consumidor del bien pagaría para incrementar su bienestar o impedir una pérdida del mismo.

Teoría económica de la actividad turística

Según la OMT, durante décadas, el turismo ha experimentado un continuo crecimiento y una profunda diversificación, hasta convertirse en uno de los sectores económicos más importantes y dinámicos que crece rápidamente en el mundo actual, tanto por su nivel de inversión, participación en el empleo, aportación de divisas, como por la contribución directa al desarrollo regional y nacional de las economías que ha beneficiado tanto a los países industrializados como en desarrollo.

El turismo mundial tiene relación con el desarrollo y existe un número creciente de nuevos destinos. Este sector se ha convertido en un motor clave del progreso socioeconómico.

En la actualidad el volumen de la actividad turística iguala o incluso es superior a las actividades de otros sectores como: las exportaciones de petróleo, agricultura o automóviles como el caso de Brasil, esto representa una de las principales fuentes de ingresos de varios países en desarrollo. Este crecimiento va de la mano del aumento de la diversificación y de la competencia entre los destinos.

“La OMT ayuda a los destinos a posicionarse, de forma sostenible, en unos mercados nacionales e internacionales cada vez más complejos. Como organismo de las Naciones

Unidas dedicado al turismo, la OMT insiste en que los países en desarrollo pueden beneficiarse especialmente del turismo sostenible y actúa para que así sea”.

Como indica la OMT la contribución del turismo a la actividad económica mundial se estima en cerca del 5%. Su contribución al empleo tiende a ser ligeramente superior y se estima entre el 6% y el 7% del número total de empleos en todo el mundo (directos e indirectos).

A nivel mundial entre 1950 y 2010, las llegadas de turistas internacionales crecieron a un ritmo anual del 6,2% y se pasó así de 25 millones a 940 millones.

Los ingresos generados por estas llegadas aumentaron llegando alrededor de los 919.000 millones de dólares en 2010.

Mientras que en 1950 los 15 destinos principales absorbían el 88% de las llegadas internacionales, en 1970 la proporción fue del 75% y el 55% en 2010, como consecuencia de la aparición de nuevos destinos, muchos de ellos en los países en desarrollo.

En las regiones emergentes el crecimiento de este sector ha sido rápido, el porcentaje de llegadas de turistas internacionales en los países emergentes y en desarrollo ha aumentado continuamente, del 32% en 1990 al 47% en 2010.

La OMT prevé un crecimiento en llegadas de turistas internacionales de entre 4% y 5% en 2011.

Tanto la OMT y el Consejo Mundial de Viajes y Turismo (CMVT) proyectan crecimientos continuos del turismo a nivel global para alcanzar una suma en el 2020 de alrededor de 1.600 millones de llegadas de turistas alrededor del mundo y de dos trillones de dólares de ingresos por concepto de turismo.

El turismo responsable puede ayudar a crear conciencia sobre la conservación y protección de los recursos y la cultura local, además de dar oportunidades económicas a todos los países. Este turismo consciente, del que actualmente se habla, pretende convertir al país en un destino donde se viva la experiencia de un turismo amigable con el ambiente y las culturas.

El mercado turístico

Es el conjunto de personas y empresas que demandan y ofrecen una extensa gama de bienes y servicios turísticos. La compra o venta (transacción comercial) puede realizarse entre una empresa y el consumidor final o entre empresas (Jorge Luis Bernal, 2010).

El mercado turístico se encuentra conformado por: la oferta turística y la demanda turística

1) La Oferta Turística

La oferta turística, también conocida como patrimonio turístico, es el conjunto de bienes y servicios que motivan una actitud de compra por parte del consumidor. Al mismo tiempo la oferta está regulada por un sinnúmero de normas, reglamentos y leyes que buscan ordenar el ejercicio profesional y lograr su sostenibilidad (Jorge Luis Bernal, 2010:18).

Según Throsby (2001:132), la industria cultural comprende una amplia variedad de unidades de producción, que abarca desde corporaciones empresariales hasta productores individuales. La oferta orientada hacia fines lucrativos abarca espectáculos públicos y

formas culturales en los que la demanda es mayor y en lo que existe una fuerte motivación económica. Pero al hablar de la oferta sin fines de lucro, las actividades de producción dentro de estos grupos de productos tienden a tener más interés por los valores culturales que por beneficios económicos como pueden ser: el teatro, la música clásica, poesía, opera, las bellas artes, entre otras.

Los componentes de la oferta turística son: los atractivos turísticos, los servicios turísticos y la infraestructura turística.

Para el caso de éste estudio se pondrá énfasis en los atractivos y servicios turísticos, que se refiere a las características y eventos propios del lugar que provocan el desplazamiento turístico. Dentro de la oferta existen dos tipos de atractivos: los naturales y los culturales. Entre los atractivos culturales se determinará principalmente a las iglesias y museos del Centro Histórico de Quito.

Se entiende por Iglesias, como templos cristianos y lugares de congregación de los fieles católicos. Constituyen reliquias arquitectónicas y culturales por la historia que encierran, y la antigüedad y calidad de sus construcciones (Distrito Metropolitano de Quito, 2005).

Se entiende por Museos como instituciones dedicadas a la adquisición, conservación, estudio y exposición de objetos artísticos o científicos para que puedan ser exhibidos, y que pueden atraer el interés del público, con fines turísticos, culturales o de análisis e investigación (Distrito Metropolitano de Quito, 2005).

2) La Demanda turística

Desde un punto de vista económico la demanda turística se define como un inventario de la cantidad de cualquier producto o servicio que la gente desea y es capaz de comprar, a cada costo específico en un conjunto de posibles precios durante un período determinado.

Por tanto, existe en cualquier momento una relación definitiva entre el precio en el mercado y la cantidad demandada (Jorge Luis Bernal, 2010:18).

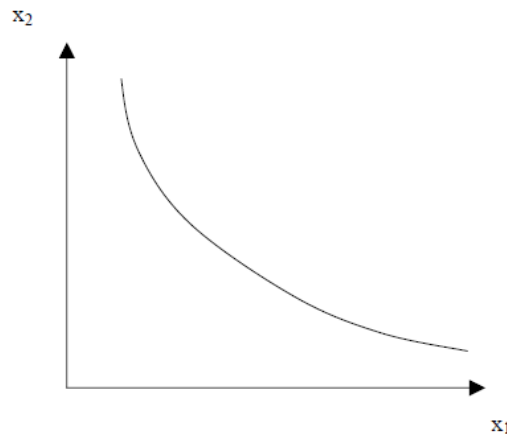
La demanda de un bien o servicio, es aquello que el consumidor desea o prefiere, por lo que la misma se estudia a través de la teoría del consumidor o del análisis económico de la elección del consumidor. Esta teoría intenta explicar el comportamiento del mismo e investiga la elección a la hora de consumir bienes y servicios.

Para algunos métodos de análisis como la valoración de bienes culturales mediante la disposición a pagar por el público, resulta útil disponer de una función que asigne a todas las combinaciones de bienes un número que represente la ordenación de las preferencias (Herrero, Sanz y Bedate, 2003: 31-35). Esta función se conoce como función de utilidad:

$$U = f(x_1, x_2)$$

La utilidad es el instrumento utilizado para describir las preferencias de los consumidores, por lo que si consideramos distintas combinaciones de los bienes x_1 y x_2 , que proporcionan el mismo nivel de utilidad, queda así determinada la curva de indiferencia del consumidor:

Gráfico 3
Curva de indiferencia del consumidor



A continuación se analizará como los precios y la renta determina el conjunto presupuestario:

Conformado por dos bienes x_1 y x_2 , donde p_1 y p_2 son sus respectivos precios.

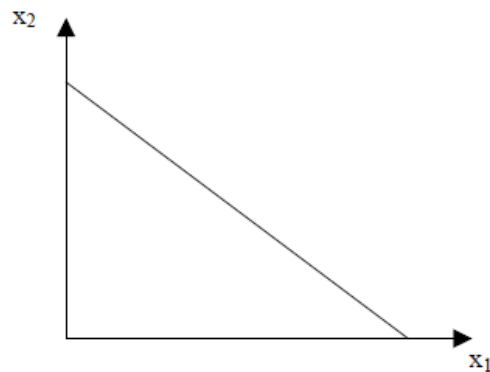
Por lo tanto,

$$Y = x_1 p_1 + x_2 p_2$$

Muestra todas las combinaciones de bienes que el consumidor puede obtener dado su ingreso y los precios.

Esta ecuación es lo que se denomina restricción presupuestaria y gráficamente se representa de la siguiente manera:

Gráfico 4
Restricción presupuestaria

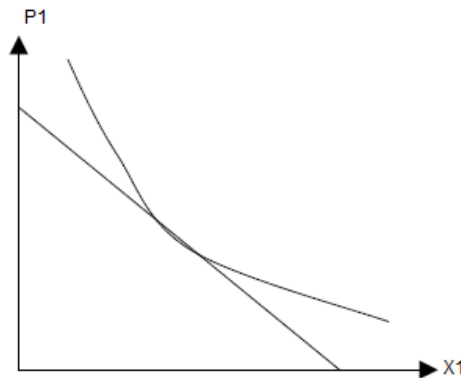


De esta forma, quedan determinados los dos elementos que conforman la teoría del consumidor: conocer lo que las personas quieren y lo que efectivamente pueden adquirir. El consumidor maximizará su utilidad sujeto a su restricción presupuestaria:

$$\begin{aligned} \text{Máx } U &= f(x_1, x_2) \\ \text{s.a: } Y &= p_1 x_1 + p_2 x_2 \end{aligned}$$

De aquí se deriva que el consumidor encontrará su máximo de utilidad en el punto de tangencia entre la restricción presupuestaria y la curva de indiferencia.

Gráfico 5
Elección del consumidor



Esta elección óptima del consumidor es su demanda. Esto implica que la función de demanda es aquella que relaciona las cantidades demandadas (elección óptima), los precios y el ingreso del consumidor. Ésta cambiará en función de los cambios en los precios y en el ingreso del mismo y por ello a menor precio mayor cantidad demandada y a mayor precio menor cantidad demandada.

Existen también otros determinantes de la demanda como ser: gustos, precios de otros bienes (sustitutos y complementarios) y la calidad.

A lo que se refiere Throsby (2001: 38) sobre la demanda para los bienes culturales “el consumidor intertemporal, maximizador de utilidad, está sustituido en los mercados culturales por un individuo en quien el gusto es acumulativo y por lo tanto depende del tiempo. El consumo cultural se interpreta como un proceso que contribuye tanto a la satisfacción presente como a la acumulación de conocimientos y experiencia que conduce al consumo futuro, por lo que es probable que la demanda influya en el precio”.

Para Herrero (2001:155), el placer y el gusto de consumir los productos culturales crecen a medida que el nivel de consumo es mayor, y el gusto es, por tanto, insaciable; el consumo de este tipo de bienes como citó Throsby (2001), valora no sólo la satisfacción presente, sino también la acumulación de conocimiento y experiencia en el pasado. Cuando se visita los bienes relacionados con el patrimonio histórico como por ejemplo un museo, una catedral o un edificio histórico, no se demanda el bien en sí mismo, sino el conjunto de valores y servicios que están asociados y que van, desde la emoción estética, el valor de formación, hasta el valor económico de los productos derivados, es decir, la venta de entradas, catálogos, derechos de imagen, etcétera, así como los servicios de ocio y turismo que puedan relacionarse con la visita.

Existen muchas formas de segmentar a la demanda turística como se verá en esta investigación entre los que se menciona, los criterios sociodemográficos (edad, profesión, ingresos, etc.), el motivo de la visita (ocio, negocios, visitas a amigos y familiares, etc.), el medio de transporte, el canal de comercialización y la disposición a pagar de los turistas.

Teoría de la valoración económica del Patrimonio Cultural y los bienes de interés cultural

La teoría económica no incluyó en el pasado a las actividades culturales. Para Smith o Ricardo, el gasto en las artes, no contribuía a la riqueza de las naciones, pertenecían al ámbito de ocio. Smith veía la cultura como el dominio del trabajo no productivo, aunque no dejaba de reconocer los efectos externos del gasto en cultura (citado por Benhamou, 1997, Pág.10; Herrero, 2003). Desde entonces se ha escrito mucho del valor de los bienes culturales.

La Economía de la Cultura se está consolidando desde tiempo muy reciente como una rama disciplinaria dentro del análisis económico, puede ser de gran utilidad tratar este tema debido a los flujos económicos, renta y empleo que genera el sector cultural, la intervención pública ya que ven en el sector como una forma de desarrollo económico local y regional y porque se abre un campo de razonamiento teórico que comprende el comportamiento de los individuos, el mercado y las instituciones relacionado con la cultura (Herrero, Sanz y Bedate, 2003). Los mismos que tratan de consolidar a la economía a los fenómenos de la creación, producción, distribución y consumo de los bienes y servicios culturales.

Como sostiene Stolovich (2002) al reconocimiento de la Economía de la Cultura como ámbito de la ciencia, han contribuido tres factores:

- 1) La propensión de las actividades culturales a generar flujos de ingresos y de empleo.
- 2) La necesidad de evaluar las decisiones culturales que implican recursos económicos.
- 3) En el plano teórico, el desarrollo de la economía política hacia campos nuevos.

Según Asuaga (2005), los lineamientos que tratan sobre la Economía de la Cultura tienen que ver con:

- El impacto económico de la cultura así como el papel de la cultura en el desarrollo de la economía.
- El enfoque del consumidor cultural, en el que se describen e interpretan la conducta de dicho consumidor, las preferencias, el papel de los precios; así como otros factores determinantes de la demanda.
- El análisis de la oferta, considerando tres aspectos diferentes: a) el estudio del comportamiento de las diferentes organizaciones culturales tanto públicas como privadas como museos, compañías de teatro, editoriales, etc. b) el análisis del comportamiento de los creadores de la cultura, del artista y el mercado de trabajo y c) el análisis de los entornos institucionales y tecnológicos.
- Las políticas culturales que desarrollan los diversos gobiernos.

Estos lineamientos se han desarrollado para las diversas actividades culturales dando lugar a la aparición de la Economía de la Cultura.

Dentro de la Economía de la Cultura se encuentra el Patrimonio Histórico que abarca una gran cantidad de categorías genéricas, como los conjuntos históricos, edificios, museos, sitios arqueológicos, obras de arte; asimismo se puede entender la música heredada, las tradiciones, el folklore, etc. (Asuaga, 2005).

Desde una perspectiva económica, se identifican varios tipos de valores atribuibles al patrimonio: valor de uso y valor de no uso. Los denominados valores de uso que se refieren a la valoración que hacen de los activos patrimoniales quienes consumen los servicios que producen. Estos valores pueden ser de uso directo de consumo, como ocurre en el caso en que un edificio patrimonial se destina a usos residenciales generando rentas mayores que otros edificios por su carácter patrimonial. También existen los valores de uso directo de no consumo, por ejemplo el valor de uso distante que se produce cuando los usuarios de propiedades no patrimoniales se benefician de la visita sobre activos patrimoniales. El valor educacional de un bien patrimonial es otra forma de uso no de consumo. Otra dimensión del valor de uso del patrimonio es el uso indirecto (similar a una externalidad), por ejemplo, cuando el valor de una propiedad aumenta por su cercanía a un bien patrimonial (Herrero, Bedate, y Sanz, 2003:21).

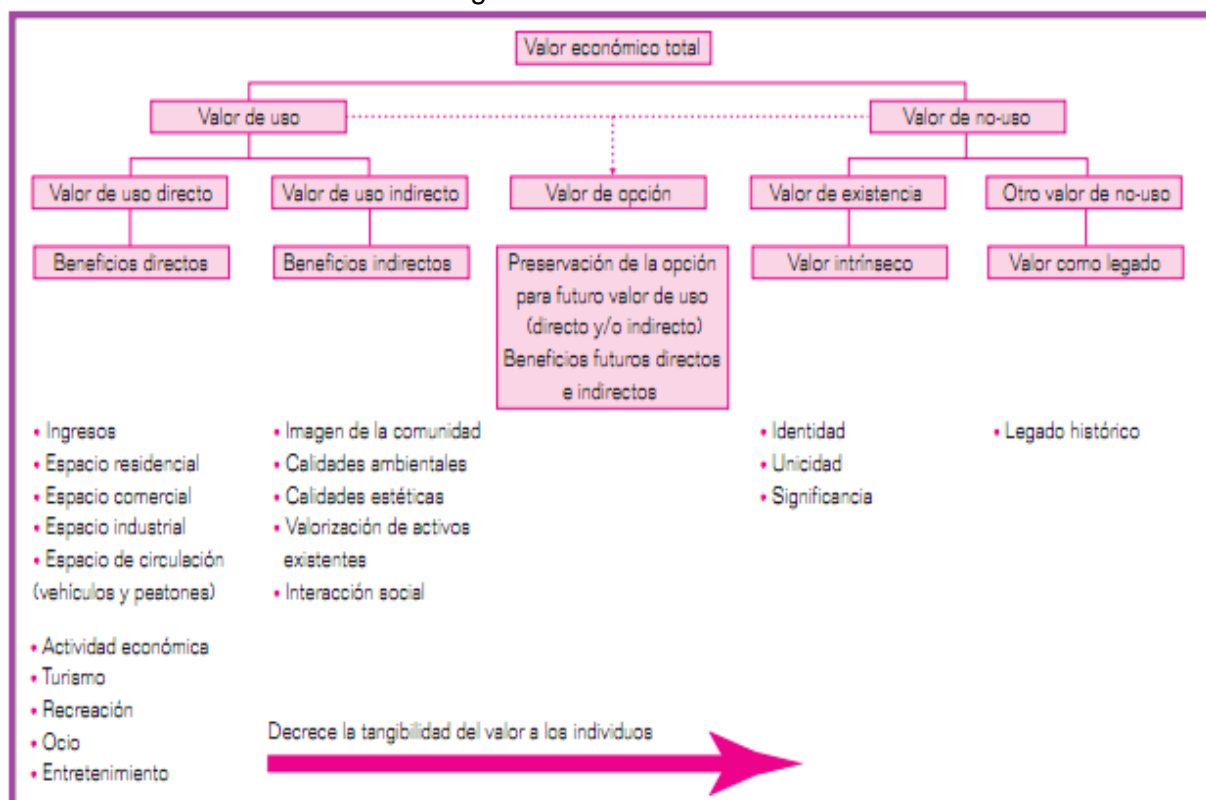
David Throsby (2001:91-92) y Rojas (2002:3-4) distingue los valores de no uso que se refieren al valor asociado al patrimonio como beneficios independientes del uso.

- a) **Valor de existencia:** las personas consideran que la mera existencia del artículo tiene valor para ellos o para la comunidad, aun cuando no disfruten directamente de los beneficios.
- b) **Valor de opción o elección:** mantener la opción de beneficiarse del activo en algún momento en el futuro, es decir, las personas consideran que algún día sus hijos pueden desear consumir los servicios del activo, por ejemplo con la visita a un museo en el futuro.
- c) **Valor como legado:** las personas se podrían beneficiar mediante el conocimiento que el activo cultural se transmitirá a las futuras generaciones.
- d) **Valor filantrópico:** captura los beneficios de relaciones públicas o buena imagen que obtienen quienes invierten en el patrimonio sin usarlo.
- e) **Valor de educación:** el arte contribuye al enriquecimiento de los individuos y al desarrollo del pensamiento creador de una sociedad.
- f) **Valor de identidad o prestigio:** porque determinadas instituciones contribuyen a un sentimiento de identidad regional o nacional.
- g) **Valor sociocultural:** se puede identificar flujos de servicios no económicos del patrimonio, aquellos que satisfacen necesidades sociales o espirituales de los individuos.

- h) **Valor estético:** vale decir el beneficio que genera a miembros de la comunidad el estar en presencia de un objeto que consideran bello.
- i) **Valor espiritual:** se relaciona con la asociación que individuos y comunidades hacen de edificios o lugares con el culto religioso o el recuerdo de los antepasados.
- j) **Valor social:** que surge cuando los componentes del patrimonio potencian relaciones entre individuos que son por la comunidad (por ejemplo lugares de reunión, debate o interacción social que realzan los actos que en ellos se realizan por su condición patrimonial).
- k) **Valor histórico:** cuando el patrimonio está asociado a hechos de la historia local, nacional o universal.
- l) **Valor simbólico:** cuando el patrimonio evoca valores comunitarios.

Las categorías de valores económicos atribuidos a los activos de la herencia cultural según la tabla 3 son:

Tabla 3
Categorías de valores económicos



Fuente: Serageldin, Ismail, The Architecture and Economics of Intervening in Historical Cities, The World Bank, citado en (Zuleta y Jaramillo, 2003: 22)

Elaboración: (Zuleta y Jaramillo, 2003: 22)

Según Frey (2000:15), los economistas han buscado disgregar las características que hacen del arte y la actividad artística un bien público; es decir se trata de unos bienes y servicios que producen efectos externos positivos, cuyos beneficios no se agotan en las personas que los demandan y ofrecen como bien privado a través del libre mercado.

Herrero, Bedate y Sanz (2003) además de valor de uso y no uso distingue:

- ◆ Externalidades positivas sobre la producción: factor importante de generación de rentas, empleos y actividades económicas relacionadas.
- ◆ Externalidades positivas sobre el consumo: el desarrollo nacional o regional de la educación y la investigación, la preservación del conocimiento a través de las futuras generaciones y la mejora del bienestar para toda la sociedad.

Los artículos del patrimonio cultural se consideran activos valiosos, que aumentan el valor tanto cultural como económico. Cualquier valoración del patrimonio cultural por parte del consumidor considera lo siguiente: (David Throsby, 2001:90).

- ◆ La restauración de una obra de arte: se puede tratar de un cuadro o escultura.
- ◆ La expansión o reorganización de un museo o galería.
- ◆ La restauración o reutilización de un edificio histórico.
- ◆ La reordenación de un emplazamiento, un recinto, una localización, un espacio urbano histórico o cultural.

Según Throsby (2001: 18) distingue entre valor económico y cultural, el primero está fijado en utilidad marginal y puede ser medido por el precio que una persona esté dispuesta a pagar por un bien. En contraste el valor cultural se puede definir como un sistema de actitudes, creencias, hábitos, valores y principios o como ciertas actividades artísticas que realiza el ser humano.

Sostiene además, que el valor económico puede no abarcar toda la gama de elementos que componen el valor cultural. Por ejemplo el caso de un edificio religioso- histórico (iglesia) tiene un significado religioso que no será expresado en términos monetarios, la iglesia puede tener un precio de venta como propiedad inmobiliaria y un valor de no mercado, medido por la disposición de la gente de pagar para verla preservada. Pero estas medidas de su valor económico puede ser incapaz de representar la complejidad del valor cultural del edificio en términos monetarios.

Diciendo con esto que el valor cultural carece de unidad de medida y puede ser difícilmente cuantificable.

Para Luis Herrero (2001:158), pueden distinguirse en el patrimonio histórico el valor cultural y el valor económico. El primero tiene un carácter cualitativo, ya que se refiere al contenido de creación artística, esencia de inteligencia o significado de identidad social de los objetos que integran el patrimonio histórico. El segundo es el conjunto de rentas generadas de la propia existencia del mismo (valor de edificios, terrenos, el trabajo acumulado en obras de

arte), ventas de entradas, así como el flujo de bienes y servicios que puedan dar lugar a usos turísticos, objetos mercantilizables, empleo, etc.

La problemática a la hora de evaluar el patrimonio

El principal problema que surge al realizar la valoración económica de los bienes culturales es que se trata de bienes de no mercado, difíciles de ser comercializables primero porque son de propiedad pública y algunos bienes que son de propiedad privada es manejado por el Estado y segundo porque aun cuando exista una voluntad de pago de las personas, algunos beneficios asociados al consumo de patrimonio histórico como bien intangible no son comercializables (Herrero, Bedate y Sanz, 2001: 29).

Para Herrero (2001:155-157) los principales problemas relacionados con la provisión de patrimonio son:

- ◆ La *enfermedad de los costes*, cuando el nivel de visitas no crece y por ende los ingresos tampoco por lo que el uso del patrimonio histórico solo puede mantenerse a través de la intervención pública mediante subsidios.
- ◆ El patrimonio histórico se trata de un recurso fijo, ya que los bienes relacionados muebles e inmuebles, son únicos, irreproducibles y no tiene valor, sino solo por las rentas derivados de los servicios que ofrece. Al hablar de recurso fijo se refiere a que sólo tiene un valor *ex post* en función de los servicios demandados.
El valor económico inducido por el patrimonio histórico procura rentas a posteriori y por lo tanto se trata de una economía de renta y no de precios. Puesto que se trata de una oferta fija que rinde ganancias en función del flujo de servicios que pueden ser desarrollados, siendo el volumen de dichas rentas de mayor o menor tamaño en función de la fortaleza de la demanda.
- ◆ Cuando se incrementa de forma excesiva la oferta de elementos culturales de un lugar o se considera una zona especialmente rica en patrimonio histórico, la situación se aproxima hacia los mercados de competencia monopolística, puesto que los distintos recursos compiten entre sí, haciendo la oferta cultural del conjunto más elástica. Aunque los elementos singulares del patrimonio histórico son únicos y por tanto disponen de una oferta fija (esta es la causa por la que buena parte de las riquezas artísticas han sido siempre objeto de coleccionismo privado, ya que se trata de bienes únicos y no sustitutivos).
- ◆ En relación a las condiciones de provisión y atención de los elementos integrantes del patrimonio histórico, cabe decir que la mayor parte de estos tienen el carácter de bienes públicos o semipúblicos, es decir que manifiestan problemas de apropiabilidad de los resultados de su consumo o su producción y por lo tanto en una economía de mercado encuentra dificultades para su provisión óptima. Esta es la razón por la que, en una sociedad numerosa se suele asignar al Estado la función de suministro y atención adecuada de estos elementos y evitar el fallo de mercado, a pesar de que también existen bienes culturales privados como la Iglesia de San Francisco y otras iglesias patrimoniales que se abren al público en general, están protegidos y sujetos al régimen regulado por el Estado y son patrimonio del mismo.

El valor económico de un museo de arte

Poniendo un ejemplo para la comprensión sobre la relación que tiene el patrimonio cultural con la economía se hará mención al museo de una ciudad. Según David Throsby, (2001:49-50) “Los museos para los economistas son empresas sin ánimo de lucro, motivadas por una función objetiva compleja y de valores múltiples y sometidas a diversas limitaciones económicas y de otro tipo”.

Así mismo menciona: “el valor económico de un museo de arte deriva del valor patrimonial de sus edificios y contenidos y del flujo de servicios que este patrimonio proporciona”.

En cuanto al flujo de servicios proporcionado por un museo de arte se dividirá desde el punto de vista económico en bienes privados excluibles, bienes públicos no excluibles, y externalidades beneficiosas.

Bienes privados: Los museos producen una serie de bienes y servicios privados que entran en el público que los visita y tienen que pagar por ellos, es por eso que el valor de uso económico de un museo se puede medir por el valor total de los ingresos por entrada (precio medio de la entrada multiplicado por las cifras de asistentes en un periodo definido) junto con el excedente de consumidores disfrutado por los visitantes. Si la entrada al museo fuera gratis, entonces el valor de uso directo se mide solo por el excedente de los consumidores.

Throsby (2001) indica que al aumentar el grado de formación cultural a las personas sobre un museo, es decir mejorando su capital humano, estos pueden disfrutar en el futuro de beneficios económicos privados reflejados en su mayor productividad, mayores rentas, y otros beneficios de consumo.

Otro asunto a tratar que proporciona valor privado será, cuando el museo ofrezca sus obras de arte u otros servicios a organizaciones o individuos como los coleccionistas, esto tiene un valor económico que aparecerán en las cuentas del museo.

Bienes públicos: entre los beneficios proporcionados por un museo según David Throsby, (2001:52), el beneficio para toda la ciudad sería:

- La contribución que el museo hace al entendimiento del público sobre el arte, la cultura y la sociedad.
- El papel que el museo realiza al definir la identidad cultural.
- El incentivo que el museo da a la producción por parte de los artistas, tanto profesionales como aficionados.
- El valor que para los individuos tiene el conservar la opción de visitar el museo, esta opción podrían desear ejecutar en algún momento en el futuro, bien por propia iniciativa o bien por iniciativa de otros.

- La sensación que las personas experimentan de que el museo tiene un valor como legado para las futuras generaciones.
- Los servicios educativos que ofrece el museo.
- El vínculo con otras culturas que el museo proporciona tanto para los visitantes de una misma ciudad como para los extranjeros que vienen a conocer otras culturas.
- La satisfacción de saber que existe un museo independientemente de si el individuo visite o no el museo.

Externalidades: Para Throsby (2001) los museos pueden dar lugar bien a externalidades positivas o a efectos costosos, un museo en una ciudad puede generar beneficios en cuanto al empleo y las rentas, provocando el incremento de la economía local o regional; por otra parte los directivos de los museos se aprovechan de los beneficios que produce el museo y lo utilizan como objeto para obtener un mayor apoyo económico de las fuentes de financiamiento públicas.

Sin embargo aunque se puede presentar un gran valor cultural y económico en un museo es muy difícil su medición conceptual que hace referencia a la determinación de en qué medida son realmente netos los valores medidos.

Método de evaluación económica de los bienes de interés cultural

Los economistas han desarrollado una variedad de técnicas o metodologías de valoración de este tipo de bienes o de sus efectos económicos.

Los economistas basan su evaluación en las preferencias de los consumidores y no en las opiniones de los expertos. El análisis económico neoclásico está basado en el concepto de soberanía del consumidor, es decir, es el consumidor o ciudadano común quien decide el valor que tienen los diferentes bienes y servicios que están a su disposición en el mercado.

Como ya se ha visto uno de los problemas fundamentales es la estimación del valor económico de los elementos del patrimonio histórico, ya que no siempre existen mercados que expresen dicha valoración en forma de precios reales, y se recurra, al estudio de mercados indirectos o a la construcción de mercados hipotéticos para estimar el valor implícito que tiene el patrimonio histórico.

Si el bien o servicio no está en el mercado o se presentan fallas de mercado, y es importante su valoración, se recurre a métodos indirectos como observación de comportamientos que muestren la voluntad a pagar por un bien, a métodos directos de medición de la importancia económica del bien, dada por la generación de ingresos que se produce en la administración y operación del o los bienes culturales o al recurso a experimentos a través de encuestas que simulen las condiciones de un mercado.

Según (Luis Zuleta y Lino Jaramillo, 2003:18-20) y Throsby (2001:94-95) la forma más conocida de medir el valor de una propiedad cultural es hallar los ingresos monetarios que

genera, por ejemplo, se examinan los gastos en que incurren los asistentes a un teatro o a una sala de ópera (precio de entrada, comidas en el restaurante, transporte, etc.).

Estos métodos indirectos se resumen en tres principales:

a) Determinación del valor de consumos alternativos por los que optaría el consumidor en el caso de que el bien cultural no esté disponible. El costo de admisión o consumo de estos bienes alternativos es una aproximación al valor subjetivo que tiene el bien cultural.

b) Disposición a pagar por bienes y servicios que se consumen de manera complementaria al bien cultural, como el transporte, el costo de oportunidad del tiempo utilizado en visitar el bien cultural, costos de alimentación, hoteles, guías, libros especializados en el bien cultural, entre otros muchos consumos complementarios. Este método recibe el nombre genérico de costo de viaje.

c) Medición del costo de utilización o de inversión en bienes similares a los culturales pero que no son considerados como tales, y su comparación con las mismas variables de los bienes culturales. Es el caso de vivienda y edificios, entre otros. Este método recibe el nombre de fijación de precios hedónicos, pues se basa en que un bien está compuesto de diferentes atributos que explican su precio y uno puede pagar de manera diferente por cada uno de ellos.

(Zuleta y Jaramillo, 2003:18-20).

Entre los métodos directos se presenta a continuación:

Método de Valoración Contingente: es para medir los beneficios independientes del uso. Se trata de preguntar a las personas su voluntad a pagar por los beneficios recibidos o su voluntad de aceptar la compensación por su pérdida. El método está basado en encuestas aplicadas sobre una selección al azar de personas. Así por ejemplo el valor independiente de un museo podría evaluarse mediante una encuesta a una muestra de residentes del lugar. Este método de valoración contingente abarca todo tipo de valores económicos de uso y no uso tal como ya se mencionó anteriormente, estos pueden ser:

- Valores de uso directo: aquellos relacionados directamente al uso actual de los bienes culturales como visitas para descubrir el patrimonio histórico.
- Valores de uso indirecto: aquellos relacionados a los beneficios indirectos de los bienes culturales.
- Valores de opción
- Valores de legado
- Valores de existencia

Los principales problemas del método de valoración contingente derivan de la posibilidad de que la respuesta ofrecida por el entrevistado no refleje la verdadera valoración que le confiere al recurso analizado. Por eso se trata de evitar que la respuesta este sesgada por algún motivo, que impida la verdadera disposición a pagar (Diego Azqueta, 2007:124).

La persona entrevistada se encuentra en una situación entre comprar o no una cantidad determinada de un bien a un precio dado. La diferencia fundamental es, que en esta ocasión

el mercado es hipotético, no tiene que pagar la cantidad que revela. Este mecanismo puede resultar en un sesgo, generalmente llamado estratégico, que está relacionado con el incentivo o desincentivo a revelar el "verdadero" precio, lo que ha motivado algunas críticas al método (Diego Azqueta, 2007:124).

En la economía del patrimonio cultural es muy poco la aplicación de estos métodos a la valoración del patrimonio y de su conservación, más se ha experimentado la aplicación de estos métodos en la economía de los recursos naturales y del medio ambiente.

La cultura como un sector de actividad económica

El turismo cultural representa una de las actividades de mayor crecimiento de la demanda global. La Organización Mundial de Turismo (WTO-OMT, 1993) estimó que 37% de todos los viajes internacionales tendrían un componente cultural, y que esta cifra iría creciendo el 15% cada año. El aumento de la demanda del turismo cultural está también producido en la evolución de las condiciones y los modelos del viaje turístico, según los cuales tienen una tendencia hacia viajes más frecuentes y visitas más cortas.

Estas visitas más cortas están centradas principalmente en un turismo urbano y cultural, remplazando viajes de sol, playa y de deporte (Javier Esteban Curiel, 2010:4).

La cultura es una fuerza económica dinámica que transforma toda la actividad turística, pues permite generar empleos e ingresos y por tanto fomenta directamente el crecimiento económico y produce externalidades sociales.

Los sectores culturales se refieren a individuos, organizaciones y actividades relacionadas con la creación, producción y distribución de bienes y servicios en áreas tales como la edición, las artes, los medios audiovisuales, la artesanía o el diseño.

Los activos culturales tales como museos, edificios y centros históricos son una importante fuente de generación de ingresos del turismo, lo que significa que pueden ser valiosos tanto para los pobladores locales como también para los países del mundo entero.

Para Throsby (2001:83), el Banco Mundial menciona los posibles beneficios que pueden surgir de la inversión en preservación del patrimonio histórico:

- Impactos positivos sobre reducción de la pobreza, es decir una nación puede generar ingresos a partir de su producción cultural.
- Impactos positivos sobre los niveles nacionales de empleo.
- Impactos positivos sobre los niveles de producto e ingreso de las industrias culturales y las industrias de servicios, generando mayor turismo en el país.
- Permite la conservación de los activos naturales, y la revitalización del centro de las ciudades.

- Aumento de la capacidad de una sociedad basada en el conocimiento, por ejemplo por medio de los servicios de biblioteca, y el surgimiento de museos.

El consumo cultural ha aumentado y el turismo es una importante y creciente forma de este gasto cultural. El consumo de la cultura depende del proceso de decisión y selección de los turistas. Esta demanda de turismo cultural obedece a un número de factores que pueden ser una combinación de necesidades y deseos, disponibilidad de tiempo y dinero, o imágenes, percepciones y actitudes entre otras cosas.

Según Frey y Meier (2003) existen cuatro factores predominantes:

- El precio de la entrada: este factor conjuntamente con el número de visitas determinan el ingreso ganado. Es un factor determinante de la demanda, sobre el cual se han planteado varias polémicas con respecto a su existencia y su fijación.
- Costo de oportunidad del tiempo: indica qué otras actividades deben renunciarlos visitantes de forma de poder asistir a un lugar cultural como un museo. Esto se puede medir monetariamente si se investiga cuánto ingreso pudo haber ganado ese visitante durante ese período de tiempo si hubiera optado por no asistir al museo.
- Precio de actividades alternativas: se refiere a otras actividades de esparcimiento como son el cine, teatro, deportes, etc. y el precio fijado por otros museos que también compite por el visitante. Siempre y cuando sean sustitutas, cuanto más alto es el precio de ellas, mayor será la asistencia al museo.
- Preferencias individuales: se toma la frecuencia de visitas realizadas por un visitante y el gusto por hacerlo y de ello se observa que las personas que visitaron una vez el museo en el pasado, tenderán a hacerlo en el presente y en el futuro.

Para lo cual, esta investigación se centra en el análisis de las características de los visitantes atraídos principalmente por la cultura colonial como museos o iglesias y el perfil de los turistas que visitan atracciones culturales en el CHQ.

Ventajas del Turismo cultural

Según el Servicio Nacional de turismo (SERNATUR) – Departamento de Promoción de Chile 2008 identifica algunas ventajas que ofrece el turismo cultural y el grado de relevancia en el país. A continuación se presenta las siguientes:

- ◆ El turismo cultural trae beneficios a la sociedad en su conjunto, otorgándoles nuevas perspectivas de emprendimiento y mejorando su calidad de vida.
- ◆ Mayor dinamización económica ya que atrae a más visitantes cada año, beneficiando a todos los actores implicados directa o indirectamente.

- ◆ La identificación de bienes culturales en un territorio determinado permite la diversificación de los destinos como otro punto de atracción.
- ◆ Se logran nuevas oportunidades de negocios, al querer el turista conocer y experimentar nuevas formas de turismo sobre todo cuando se trata de un bien cultural.
- ◆ Satisface necesidades vacacionales de corta duración, proporciona mayor satisfacción a segmentos de demanda activos y con mayor sensibilidad y añade valor a la experiencia turística.
- ◆ Incentiva el aumento del gasto ya que al incorporar una nueva actividad turística cultural, el turista permanece más tiempo y por ende aumenta el gasto realizado en el territorio.
- ◆ La generación de un producto cultural es capaz de dinamizar y proyectar la economía sin deteriorar la autenticidad del bien, ya que este producto cultural se basa en la identidad y las características particulares de la comunidad local y su territorio.
- ◆ El estudio del turismo cultural motiva para que más profesionales, académicos, y empresarios investiguen sobre este sector. Así mismo implica un interés en la gente sobre el patrimonio histórico, sus tradiciones, y los recursos del país tanto naturales como artificiales.
- ◆ El turismo cultural mejorará las relaciones internacionales con otros países a través de programas turísticos y de promociones principalmente de lugares patrimoniales históricos.

Oferta turística cultural de la ciudad de Quito

Descripción del Centro Histórico de Quito

Quito, además de poseer desde hace 33 años el título de Primer Patrimonio Cultural de la Humanidad, otorgado por la UNESCO (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura), en septiembre del 2010, Quito fue declarada como Capital Americana de la Cultura por el Buró Internacional de Capitales Culturales (IBOCC).¹

Esta designación permite dar a conocer a nivel mundial a Quito como un referente cultural de todas las riquezas patrimoniales que posee la ciudad y que la han convertido en Capital Americana de la Cultura.

“Uno de ellos es el Centro Histórico, que en 320 hectáreas, reúne a 130 edificaciones monumentales y 5.000 inmuebles registrados en el inventario municipal de bienes patrimoniales, siendo así el más grande, menos alterado y mejor preservado de América”. (Quito, Primer Patrimonio de la Humanidad, 2011).

“Se encuentra asentada entre volcanes andinos, a 2.800 metros sobre el nivel del mar, convirtiéndose en el más grande de América”.²“El Patrimonio del Centro Histórico de Quito está conformado por 40 iglesias y capillas, 16 conventos y monasterios, 17 plazas, plazoletas y atrios, 12 salas capitulares y refectorios, 12 museos y un sinnúmero de residencias legendarias, las cuales mantienen su arquitectura desde el siglo XVI” (Atlas ambiental del Distrito Metropolitano de Quito, 2008).

En el informe preparado por el FONSAL (2009:1-4), se manifiesta que después de varios años de rehabilitación en el Centro Histórico de Quito, ha llegado la inversión de grandes empresas relacionadas con la vivienda y el turismo, rehabilitando varios edificios para hoteles, restaurantes, galerías de arte, espectáculos internacionales, eventos y festivales, todo esto con el interés de mejorar la calidad de vida de sus pobladores, generando iniciativas de inversión local y empleo convirtiéndose en un modelo de desarrollo.

El Municipio de Quito, a través del FONSAL, la Administración de la Zona Centro y la Empresa del Centro Histórico, ha podido articular la gestión del Centro Histórico de Quito, con planes y proyectos que ha generado la restauración y conservación de varias zonas turísticas (FONSAL, 2009:1-4).

“Mediante el Plan Estratégico para el desarrollo del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, el (Plan Equinoccio 21 – Quito hacia el 2025), se buscará revitalizar integralmente el CHQ y todas las áreas históricas del DMQ como elementos esenciales de la identidad local.

¹Sitio oficial turístico, Quito, Primer Patrimonio de la Humanidad (2011). ***Quito, capital americana de la cultura.***

²Sitio oficial turístico, Quito, Primer Patrimonio de la Humanidad (2011). ***Centro Histórico de Quito.***

La puesta en valor integral del espacio público y del conjunto de elementos patrimoniales, monumentales arquitectónicos y urbanísticos” (FONSAL, 2009:1-4).

Gráfico 6
Centro Histórico de Quito



Fuente: Quito, capital americana de la cultura (MDMQ)

Atractivos Turísticos

1. Museos del Centro Histórico de Quito

“Quito alberga museos para todos los gustos, enfocándose en una amplia variedad de intereses. Desde el Museo de la Ciudad o el del Banco Central hasta el numismático y el de arquitectura. En ellos hay colecciones que son para el deleite y educación de los viajeros”.³ Están ubicados en el Centro Histórico, donde acuden millones de turistas cada año.

Museo Casa de Sucre: “El lugar guarda los objetos personales y recuerdos de guerra del Mariscal Antonio José de Sucre y de su esposa Mariana Carcelén, Marquesa de Solanda. El lugar se divide en dos plantas y cada una guarda los vestidos, los enseres, los muebles y los recuerdos de guerra de Sucre”.⁴

Costo de entrada: Adultos \$1,50 USD y niños \$0.50 USD.

³Quito, Primer Patrimonio de la Humanidad (2011), *Museos*.

⁴Quito, Primer Patrimonio de la Humanidad (2011), *Museo Casa de Sucre*.

Gráfico 7
Museo Casa de Sucre



Fuente: Quito, capital americana de la cultura (MDMQ)

Museo Alberto Mena Caamaño:

“Inaugurado el 9 de noviembre de 1959, la cual presenta un viaje desde Pedro Vicente Maldonado hasta el Primer Grito de la Independencia y el surgimiento de la República del Ecuador”.

También conocido como el Museo de Cera. Donde se recrea la matanza de los próceres de la independencia el 2 de agosto de 1810 por parte de militares limeños.⁵

Los precios son: Público general \$1,50 USD, adultos mayores, personas con discapacidad y estudiantes \$0,75 USD y niños \$0,50 USD.

Gráfico 8
Museo Alberto Mena Caamaño



Fuente: Quito, capital americana de la cultura (MDMQ)

Museo de San Francisco: “El templo de San Francisco de Quito es la edificación religiosa de mayor extensión en la región. Allí se albergan 4 mil objetos, entre esculturas, lienzos y muebles. En el Museo se exhiben 250 obras, de autores como Miguel de Santiago,

⁵ Quito, Capital Americana de la Cultura (2011), *Museo Alberto Mena Caamaño*.

Caspicara y Legarda. Desde 1983, la Agencia Española de Cooperación Internacional y el Instituto de Patrimonio Cultural trabajan en la recuperación integral del complejo”.⁶

Los Precios son:

- Nacionales: Adultos USD 2,00 - Estudiantes y adultos mayores USD 1,00 - Niños USD 0,50.
- Extranjeros: Adultos y estudiantes USD 2,00 - Niños USD 1,00.

Gráfico 9
Museo de San Francisco



Fuente: Quito, capital americana de la cultura (MDMQ)

Museo De la Ciudad: “Fue fundado en 1965 como el Hospital de la Misericordia de Nuestro Señor Jesucristo. Posteriormente, en el siglo XIX adoptó el nombre de Hospital San Juan de Dios, como todavía se lo conoce hoy”.

“El Museo de la Ciudad muestra la historia de Quito, durante el recorrido, es posible apreciar que su patrimonio, está compuesto por manifestaciones intangibles, subyacentes de la cultura urbana: la intimidad, anécdotas, leyendas y tradiciones: los sabores, el vestido, las normas y prohibiciones sociales, los oficios y las fiestas”.⁷

Costo de entrada: 3,00 USD general – 2,00 USD estudiantes a partir de los 12 años – 1,00 USD niños de 3 a 11 años y mayores de 65 años. Personas con discapacidad, entidades de asistencia y rehabilitación social o voluntariado, guías de turismo y empleados municipales: gratuito.

⁶ Quito, Capital Americana de la Cultura (2011), *Museo de San Francisco*.

⁷ Quito, Capital Americana de la Cultura (2011), *Museo de la Ciudad*.

Gráfico 10
Museo de la Ciudad



Fuente: Quito, capital americana de la cultura (MDMQ)

San Diego: “Tiene gran riqueza en lienzos, esculturas y adoraciones. Las obras llevan el talento de la Escuela Quiteña del siglo XVIII. El convento de San Diego era la antigua recoleta de la orden franciscana. Sus paredes guardan preciosos lienzos con alegorías a la pasión de Cristo, y a la asunción de María. Piezas que resultan de gran interés son el púlpito y la imagen de la Virgen de Chiquinquirá”.

La concepción arquitectónica del Convento de San Diego es un referente patrimonial.⁸

Gráfico 11
Convento de San Diego



Fuente: Quito, capital americana de la cultura (MDMQ)

Museo Numismático del Banco Central del Ecuador: “Contiene la historia numismática y notafilia del Ecuador desde el trueque hasta la dolarización. Exhibe 1400 piezas numismáticas, notafílicas (billetes) y arqueologías”.⁹

⁸Quito, Capital Americana de la Cultura (2011). *Museo de San Diego*.

⁹Quito, Capital Americana de la Cultura (2011). *Museo Numismático Banco Central del Ecuador*.

Costo de entrada: Nacionales: entrada gratuita. Extranjeros: \$ 1,00 USD.

Gráfico 12
Museo Numismático del Banco Central del Ecuador



Fuente: Quito, capital americana de la cultura (MDMQ)

Museo de Santo Domingo: “La construcción del museo y convento corresponden al siglo XVI. Junto a la Iglesia está localizada la capilla dedicada a la Virgen del Rosario, concluida durante el siglo XVIII. El museo guarda obras de arte que recuerdan a los mártires de la orden de Santo Domingo, entre otras interesantes piezas de arte de la etapa de la Escuela Quiteña, como es el caso de la Virgen de Legarda”.¹⁰

Costo de entrada: Nacionales: Adultos: USD 1,00, Estudiantes de Escuela/Colegio y Adultos Mayores: USD 0,50 Cts. Extranjeros: USD 2,00.

Gráfico 13
Museo de Santo Domingo



Fuente: Quito, capital americana de la cultura (MDMQ)

¹⁰Quito, Capital Americana de la Cultura (2011). *Museo de Santo Domingo*.

Museo Miguel de Santiago: “La construcción se inició en 1580 y se concluyó en 1650. El convento posee en su interior una serie de corredores. En cada pared destaca una galería en la que se pueden observar 39 lienzos de los cuales 25 pertenecen a Miguel de Santiago con su técnica del Claro-Oscuro en los que se detalla la Vida y Milagros de San Agustín”.¹¹

Costo de entrada: Adultos USD 2,00 - Estudiantes universitarios y adultos mayores USD 1,00- Niños y estudiantes: USD 0,50.

Gráfico 14
Museo Miguel de Santiago



Fuente: Quito, capital americana de la cultura (MDMQ)

2. Iglesias del Centro Histórico de Quito

En las calles del Centro Histórico se encuentran auténticas joyas de la arquitectura del Quito colonial, como las iglesias principalmente la Catedral, San Francisco, la Compañía de Jesús, San Agustín, El Sagrario y Santo Domingo.

“La iglesia **La Catedral** fue construida a lo largo del siglo XVI, posee numerosos tesoros artísticos además de obras de Manuel de Samaniego, Bernardo Rodríguez, Miguel de Santiago y Bernardo de Legarda. Es el lugar donde descansan los restos del Mariscal de Ayacucho, Antonio José de Sucre, y los de algunos presidentes del país”.¹²

¹¹Quito, Capital Americana de la Cultura (2011). *Museo Miguel de Santiago*.

¹²Beltrán, Silvia (2009). Iglesias del Centro Histórico de Quito. LICTUR-Ecuador.

Gráfico 15
Iglesia La Catedral



Fuente: Quito, capital americana de la cultura (MDMQ)

La iglesia de **San Francisco** es “la más vieja de Quito y empezó a construirse a poco tiempo de la fundación de la ciudad. Llamada el “Escorial de los Andes” por su majestuosidad, se destaca en su interior la escultura de la Virgen Alada de Quito, de Bernardo de Legarda”.¹³

Gráfico 16
Iglesia de San Francisco



Fuente: Quito, capital americana de la cultura (MDMQ)

Según (Beltrán, Silvia, 2009) La iglesia de **San Agustín** fue levantada en 1573 por la orden religiosa, expone en su interior la vida y el trabajo de este santo a través de óleos del artista Miguel de Santiago, quien dedicó la mayor parte de su vida a esta obra. A su valor arquitectónico y artístico se debe agregar el histórico: en su Sala Capitular fue firmada el Acta de Independencia del 10 de agosto de 1809.

¹³Beltrán, Silvia (2009). Iglesias del Centro Histórico de Quito. LICTUR-Ecuador.

Gráfico 17
Iglesia de San Agustín



Fuente: Quito, capital americana de la cultura (MDMQ)

La **Compañía de Jesús** “considerada la iglesia más importante del Quito colonial, tomó 163 años en construirse y resistió dos terremotos y un incendio. Su interior deslumbra por su espectacularidad: siete toneladas de pan de oro cubren cada centímetro de sus paredes y tumbado”.¹⁴

El público visitante disfruta plenamente la majestuosidad de la iglesia desde el 2006. Sobrecoge la belleza y el esplendor del templo, además de admirar el ambiente único de pan de oro que cubre cada centímetro de pilares, bóvedas y cúpulas. El estilo barroco se halla presente en las columnas salomónicas y figuras talladas en cada uno de los retablos.

Precios: 1,50 USD adultos nacionales y estudiantes universitarios, 3,00 USD adultos extranjeros, 0,50 USD estudiantes primarios y secundarios (6-18 años) y gratis adultos mayores y personas con discapacidad.

Gráfico 18
La Compañía de Jesús



Fuente: Quito, capital americana de la cultura (MDMQ)

¹⁴Beltrán, Silvia (2009). Iglesias del Centro Histórico de Quito. LICTUR-Ecuador.

La iglesia El Sagrario pertenece a La Catedral. “Fue construida durante los siglos XVII y XVIII. Constituyó uno de los mayores baluartes arquitectónicos de Quito en tiempos de la Colonia.

Su construcción es de estilo renacentista italiano, edificada a finales del siglo XVII. Posee acabados, esculturas y decoraciones que la caracterizan”.

“La bóveda central decorada con pinturas al fresco de escenas de la Biblia protagonizadas por arcángeles, obra de Francisco Albán. El retablo del altar mayor fue dorado por Legarda. De los otros, tiene más valor el de Nuestra Señora del Sagrado Corazón, de cuerpos superpuestos con columnas entorchadas y nichos. En uno de los retablos de la nave del Evangelio se halla un retablo atribuido a Gaspar Sangurima” (Quito, Primer Patrimonio de la Humanidad).

Gráfico 19
Iglesia de El Sagrario



Fuente: Quito, capital americana de la cultura (MDMQ)

La edificación de la iglesia y monasterio de Santo Domingo comenzó en 1581 y constituye una de las estructuras religiosas más importantes de la ciudad. En 1880, la fortuna de esta iglesia cambió radicalmente. Un grupo de sacerdotes italianos llegó a la ciudad con el objetivo de modernizar el culto. En su afán de “desarrollo”, decidieron actualizar la imagen de Santo Domingo: cambiaron el color, modificaron los temas pictóricos y hasta los retablos barrocos. Ahora tenemos una iglesia con tres naves, pintura neoclásica y un techo lleno de color y estilo Mudéjar.

Cuando visita Santo Domingo, se puede observar la encantadora Capilla de El Rosario (Quito, Primer Patrimonio de la Humanidad).

Gráfico 20
Monasterio de Santo Domingo



Fuente: Quito, capital americana de la cultura (MDMQ)

La iglesia La Merced “Debido a los daños causados por los terremotos del siglo XVIII en la edificación del templo, la estructura original tuvo que ser modificada y reconstruida. En el interior de la Iglesia se ve plasmado el arte en tela de óleo con temas de carácter religioso. En la torre de la iglesia se encuentra un reloj inglés de luna negra, hecho en 1817. El claustro de la Merced no ha sido modificado en su fisonomía, ya que aún conserva el enladrillado. Cada año en honor a la Virgen de la Merced se realizan procesiones en diversos barrios de Quito”.¹⁵

Gráfico 21
Iglesia La Merced



Fuente: Quito, capital americana de la cultura (MDMQ)

Además en estos lugares a veces se realizan diferentes eventos, talleres de pintura y exposiciones con la finalidad de generar ingresos económicos que tienen un costo de entrada de \$3,00 general y \$1,00 estudiantes, e incluso algunos son gratuitos, con la importancia de realizar actividades culturales para todo tipo de público.

¹⁵Quito, Capital Americana de la Cultura (2011). *Iglesia La Merced*.

Servicios Turísticos

Con base en la clasificación realizada por el Ministerio de Turismo los principales servicios turísticos considerados fueron los de hospedaje, restaurantes, cafeterías, fuentes de soda y bares, sitios de diversión, recreación y esparcimiento, cultura, comercio, y, otros servicios. De hecho se han dinamizado muchas actividades por el mejoramiento de los edificios arquitectónicos y la recuperación de espacios públicos.

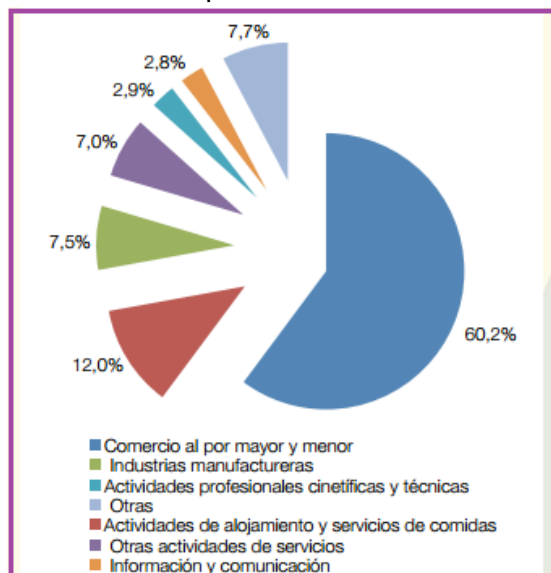
Según la información del Censo Económico 2010 da cuenta de que el CH es también un centro tradicional de producción y oferta de bienes y servicios artesanales tradicionales, particularmente importantes para las clases populares. En él se encuentran oficios como los de relojero, sastre, confitero, artesanos de la madera, del hierro y de la cera; además, están los que se dedican al comercio de prendas de vestir, de materiales para la industria textil, de aparatos electrónicos y electrodomésticos; y de los de venta de productos alimenticios elaborados

Según la publicación del Instituto de la Ciudad (2012:26-28), el Censo Económico del año 2010, en la parroquia CH se asienta 7.572 establecimientos, que representan el 7,6% del total del DMQ; estos emplearon a 31.374 personas (5,7% del total de ocupados en Quito).

Las principales ramas de actividad a las que se dedican los establecimientos en el Centro Histórico varían por tamaño de empresa. La actividad principal es comercio al por mayor y menor con el 60%, seguido de actividades de alojamiento y servicios de comida con el 12%, Industrias manufactureras (prendas de vestir) con el 7,5%, otras actividades de servicios con el 7%, actividades profesionales científicas y técnicas con el 2,9% e información y comunicación con el 2,8% del total de establecimientos como se indica en el gráfico 22.

Gráfico 22

Porcentaje de establecimientos por rama de actividad en el Centro Histórico



Fuente: Censo Nacional Económico 2010

Elaboración: Instituto de la ciudad

Relación entre la demanda y las motivaciones de la sociedad sobre el turismo cultural

Demanda del turismo cultural

La teoría general de la demanda de un bien o servicio se define como:

Aquello que el consumidor desea o prefiere, por lo que la misma se estudia a través de la teoría del consumidor. Esta teoría intenta explicar el comportamiento del mismo e investiga la elección a la hora de consumir bienes y servicios (Arezo y Pereyra, 2008:26).

Para la demanda cultural, según David Throsby (2001:130) en teoría económica “los orígenes de la demanda son los gustos y preferencias de los consumidores”.

Es por esto, que en un estudio realizado por Benhamou, 1997 (citado en Arezo y Pereyra, 2008:29-31) la mayor participación en el consumo de bienes y servicios culturales ocurre en individuos que cuentan con un nivel de ingreso y de educación superior así como también mayor status en su trabajo. Así mismo, ocurre con la edad ya que el consumo de dichos bienes aumenta con la edad. Por ende, la utilidad marginal no decrece al aumentar el consumo de los bienes y servicios culturales, sino que el placer y el deseo de consumir se incrementan a medida que crece el consumo.

Es por ello que Luis Herrero Prieto (2001:154-155) ha identificado algunas propiedades como las que se citan a continuación:

- Los bienes relacionados con la cultura pueden tener un carácter aditivo, es decir, que su utilidad marginal es creciente, es decir, el placer y las ganas de consumir los productos culturales crecen a medida que el nivel de consumo es mayor, y el gusto es, insaciable. El consumo de este tipo de bienes se valora tanto la satisfacción presente y el peso del pasado, por la acumulación de conocimiento y experiencia.
- En la demanda de la cultura no se requiere un bien en particular, sino los componentes de valor que lleva incorporado o los servicios que puedan derivarse de él. Esto se refiere en el caso de los bienes relacionados con el patrimonio histórico porque, cuando se visita un museo, una catedral o un edificio histórico, no se demanda el bien en sí mismo, sino el conjunto de valores y servicios que están asociados dentro de él, en el que se descubre el valor social como seña de identidad y el valor económico de los productos, es decir, la venta de entradas, catálogos, derechos de imagen, etc.; así como los servicios de ocio y turismo que puedan relacionarse con la visita.
- Así mismo, los bienes relacionados con el patrimonio histórico también tienen un valor de prestigio, asociado al interés y a la preocupación por el mantenimiento del patrimonio como seña de identidad de los pueblos y de su historia, aspecto sobre el que los ciudadanos podrían estar dispuestos a pagar una cantidad de dinero, aun cuando no

consuman el bien. Este tipo de demandas son denominadas de opción, de legado y de existencia, representan un aspecto difícil de cuantificar.

- Buena parte de los bienes culturales y de patrimonio histórico tienen la condición de bienes públicos o semipúblicos y por lo tanto los precios que se pagan en muchas ocasiones están incentivados y, no revelan el grado de escasez o de deseabilidad de los bienes culturales por lo que se dificulta analizar el verdadero valor de la demanda de bienes culturales.

Estas propiedades constituye la parte teórica de la Economía de la Cultura que tiene que ver con las elecciones de los bienes culturales, así como, el comportamiento de los distintos agentes económicos.

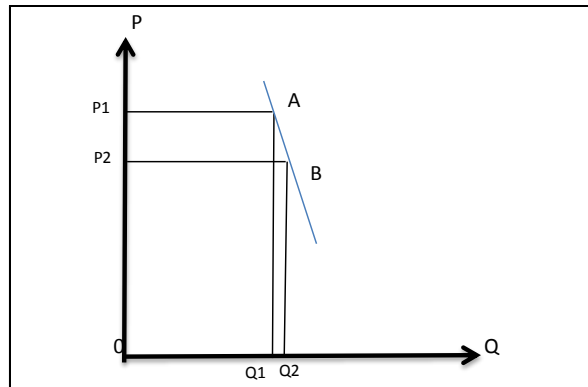
De acuerdo con Walle, 1998 (citado por Galindo y Zenteno, 2004:21), “el turismo cultural es aquel que manifiesta un deseo de conocer y comprender los objetos, las obras, las manifestaciones artísticas, culturales y sociales de un destino, incluyendo la población local en la que se encuentre”.

Es por esto que uno de los principales motivos del turista cultural, es el deseo de conocer y entrar en contacto con el patrimonio cultural del lugar turístico elegido, así como sentirse motivados a seguir aprendiendo sobre la cultura y sus diversas manifestaciones, también llamado a este tipo de turistas como turistas patrimoniales (Galindo et al, 2004: 22).

Un factor determinante de demanda es el precio de entrada a un sitio cultural, esto, según Frey y Meier, 2003 (citado en Arezo y Pereyra, 2008:33-35), desde el punto de vista de la economía aplicada, ha tratado de encontrar la elasticidad en el precio de la entrada. La elasticidad precio muestra cómo varía el porcentaje de cantidad de visitantes cuando el precio de la entrada se modifica, sin embargo hay muchas polémicas con respecto a este tema, el autor sostiene que la elasticidad precio de la mayor parte de los bienes culturales tienen un comportamiento inelástico como en la representación gráfica 23¹⁶, por lo que un costo de entrada igual a cero, no provocaría una mayor asistencia y por otro lado, los museos podrían obtener altos ingresos a partir de la fijación de un precio. Esto se debe a que la finalidad de museos e iglesias no es generar ganancias para sí misma sino proveer a la sociedad de bienes y servicios que cultivan el carácter educacional y cultural de la misma.

¹⁶Será inelástica cuando una reducción porcentual de precio suponga un aumento porcentual menor de la cantidad ($E_p = 0.5$)

Gráfico 23
Inelasticidad de la demanda



Basándonos en la teoría económica, la demanda turística cultural se refiere a los gustos y preferencias de los consumidores netamente del patrimonio cultural, principalmente los turistas están motivados por el deseo de aprender así como el deseo de conocer el destino turístico elegido, es por ello que por medio de la encuesta realizada a turistas culturales interesados en visitar museos e iglesias de la ciudad, lo que se busca en éste estudio es el interés del público por conocer y visitar los distintos elementos del patrimonio histórico que abarca un conjunto de actividades y comportamientos difícilmente cuantificables pero que presentan una disposición específica para efectuar el consumo cultural. Por ello más adelante con la encuesta se determinará los principales objetivos a saber: nivel de estudio del público, estimación del valor económico a pagar, consumo cultural y los principales gustos, motivaciones y preferencias que llevan al turista cultural a satisfacer sus necesidades.

Turista cultural y sus motivaciones

En el informe presentado por la Secretaria de Turismo de México (SECTUR, 2002:4), a través de su Centro de Estudios Superiores en Turismo (CESTUR), el análisis del turismo relacionado con la cultura, radica en “la necesidad de considerar las características de funcionamiento de dos sectores que, si bien se complementan, tienen lógicas y necesidades diferentes, aunque ambas se determinan en el entorno político, social, económico y ambiental de los sitios en que se ubica”.

En el mismo informe se indica que:

El turismo se comporta como un elemento dinamizador del patrimonio y las comunidades, genera reconocimiento y creación de sentimiento de orgullo comunitario. Como valor para la cultura, genera recursos para la conservación y beneficia a las comunidades receptoras, motiva a las comunidades en la gestión de su patrimonio y crea conciencia del valor de los diferentes “patrimonios locales” entre los turistas.

El turismo representa una oportunidad de aprovechar el patrimonio cultural si se planea, organiza y promueve con profesionalismo, generando recursos para su conservación y desarrollo (SECTUR, 2002).

En lo que se refiere al valor de la cultura para el turismo, “el patrimonio cultural es un elemento de identidad de los sitios y comunidades, en él se desarrollan actividades para los turistas, lo que da impulso a incrementar la oferta de los destinos, aumentar la competitividad, la estadia, el gasto y la satisfacción de los turistas y residentes”(SECTUR, 2002).

Con respecto a la motivación Solomon (2008:118) menciona que:

Son los procesos que hacen que las personas se comporten como lo hacen, y surge cuando aparece una necesidad que el consumidor desea satisfacer. Una vez que se activa una necesidad, existe un estado de tensión que impulsa al consumidor a intentar reducir o eliminar la necesidad, la cual puede ser utilitaria (es decir, el deseo de lograr algún beneficio funcional o práctico).

Según (SECTUR, 2002:8) “La motivación y la satisfacción de los turistas relacionados con la cultura está vinculada con la valoración que le confieren a los diversos elementos que conforman la oferta de los destinos en los diferentes momentos que integran la experiencia de su viaje”.

En el mismo informe se identificaron tres momentos de la experiencia del viaje de los turistas en los que el valor de los atributos de la oferta tiene un peso diferente:

- Primer momento- previo al viaje: el turista se informa sobre el/los destinos y toma la decisión de viajar a un destino en especial con una expectativa. Por ejemplo la arquitectura y la cultura viva son motivadores fundamentales de la oferta turístico-cultural.
- Segundo momento-durante el viaje: comparación y satisfacción de expectativas. El turista interesado en la cultura busca precio, sitios históricos, artesanías, gastronomía y actividades que puedan satisfacer sus expectativas.
- Tercer momento-después del viaje: donde los turistas nacionales o internacionales decidirán regresar en su tiempo libre según sus gustos y la satisfacción del viaje realizado.

Según McIntosh y Goeldner (1986) citado por (Curiel, Javier Esteban, 2007: 91) menciona:

Las motivaciones del turismo cultural han existido desde los siglos XVII y XVIII, con aquellos aventureros que se desplazaban en viajes organizados y que estaban ávidos por encontrar nuevas experiencias y conocimientos de tipo cultural. Según la WTO-OMT (1985), estos viajes cambiaron en su forma en el siglo XX: “la cultura y el turismo se han democratizado y ya no se limitan exclusivamente a la elite social”.

Como indica Spielberg (1995) citado por (Curiel, Javier Esteban, 2007: 92), hay cinco grados diferentes de motivación por parte del turista cultural:

1. Individuos “muy motivados por la cultura” con ingresos medios-altos, estudios superiores y que no tiene problemas en viajar para asistir especialmente a teatros, a museos o festivales culturales.
2. Individuos “motivados por la cultura en parte”, es decir, personas que viajan por conocer la cultura y de una vez aprovechan para visitar familiares /amigos.
3. Individuos que consideran la cultura como complemento a otra motivación principal: el turista no se desplaza por una razón de índole cultural sino de otro tipo, aunque durante su estancia organiza y asiste a actividades culturales.
4. “Turista cultural accidental”, la persona no planifica ninguna actividad cultural durante su estancia pero por casualidad termina visitando espacios culturales.
5. Individuos que no asisten nunca a ninguna actividad cultural por falta de interés.

En sí cada motivación conlleva distintas conductas para lograr diferentes objetivos en función de las características personales de cada uno y de los distintos estados de ánimo, necesidades y circunstancias.

Perfil del turista cultural

Según Curiel, Javier (2006:97) en uno de los estudios realizados en su tesis doctoral, los turistas culturales son:

Individuos que están preocupados por el medio ambiente, son abiertos políticamente, aprecian las diferencias culturales, viajan de manera frecuente, tienen estudios superiores y demuestran empatía en sus encuentros con los residentes. Además, compran artesanía en función de su valor educativo y artístico. Suelen utilizar todo tipo de transporte con tal de que les lleven a un lugar único y extraordinario, y no tiene reparo en alojarse en hoteles locales modestos siempre y cuando estén limpios. Son clientes exigentes con una gran percepción por la calidad, la excelencia en el servicio, el gusto por lo auténtico, y que no toleran la mediocridad.

En el año 2002 en el informe presentado por SECTUR (2002:6-7), realizó un estudio acerca de la viabilidad del turismo cultural en México, en el que se definen algunos aspectos importantes a cerca del perfil del turista cultural y las actividades que realizan, con especial interés en la cultura, se determinó en este estudio lo siguiente:

“Los turistas motivados especialmente por la cultura, tienden a viajar más largas distancias que la mayoría de los turistas. En cuanto a los turistas internacionales el principal mercado, por volumen de personas, es el de Estados Unidos”.

Duración del viaje: “los viajes de los turistas motivados por la cultura suelen ser más largos que aquellos realizados por los turistas con interés ocasional.

Para llevar a cabo una incursión cultural se necesita una inversión personal del turista, quien manifiesta mayor interés por conocer el lugar visitado, lo cual exige más tiempo que un viaje normal, entre más ajena es la cultura visitada, más curiosidad provoca en los turistas” (SECTUR 2002:6-7).

Principales actividades: “las relacionadas con el patrimonio tangible son muy populares entre los turistas motivados especialmente por la cultura, representan el 48% del total de actividades practicadas por el turismo nacional y el 63% de los internacionales. En el caso de las actividades realizadas a partir del patrimonio tangible e intangible, las zonas arqueológicas (27%) son las favoritas de los turistas internacionales motivados especialmente por la cultura. En cuanto al patrimonio intangible, prefieren ver las tradiciones y costumbres de las comunidades (9%)” (SECTUR 2002:6-7).

Fuentes de información: “para los viajeros relacionados con la cultura se informan sobre los destinos en diferentes medios antes de iniciar su viaje y posteriormente, utilizan fuentes de información locales para complementarla. Así pues el tipo de información que requieren los turistas durante su experiencia de viaje, está relacionada con los atributos motivadores y satisfactores de la oferta”(SECTUR 2002:6-7).

En el caso de Ecuador según un estudio realizado por el Ministerio de Turismo citado por La Comunidad de los museos del mundo (ICOM, 2000:161) cabe destacar que dentro de los viajeros con “motivaciones culturales”, el 19,14% venía con la idea de visitar las áreas urbanas de Quito, Guayaquil, Cuenca, Otavalo y Baños y el restante 8,17% pretendía visitar atractivos turísticos ubicados en las áreas rurales.

El tiempo medio de permanencia de los visitantes no residentes en el Ecuador (turismo receptivo) es de 20,7 días. Los mismos estudios indican que el promedio de gasto diario por persona asciende a unos 70 dólares estadounidenses.

En lo que se refiere al turismo que llega al país por vía terrestre, revela que el porcentaje de turistas extranjeros que acuden al país por motivos culturales es superior a una tercera parte. Los visitantes cuya motivación es la naturaleza representa un 43,93%, los viajeros que llegan por motivos culturales es un 36,14% y los que vienen por otras razones es de 19,93%.

Entre los atractivos turísticos que más interés despiertan entre los segmentos de mercado con inclinación por los destinos culturales se encuentran muchos elementos de patrimonio histórico situados en ciudades como Quito, Cuenca, Latacunga, y Zaruma.

El Ministerio de Turismo (MINTUR) presentó su primer barómetro en enero 2011 para medir la actividad turística y económica del Ecuador desde el año 2004 al 2010. Se trata de un documento con estadísticas y cifras clave sobre el turismo receptor, emisor e interno del país, así como las cifras de los gastos del turista interno y externo obtenido en las Cuentas Satélites de Turismo.

Según el informe presentado por el Barómetro Turístico de Ecuador 2010 (MINTUR) se indicará la demanda turística receptor e interior del país a continuación:

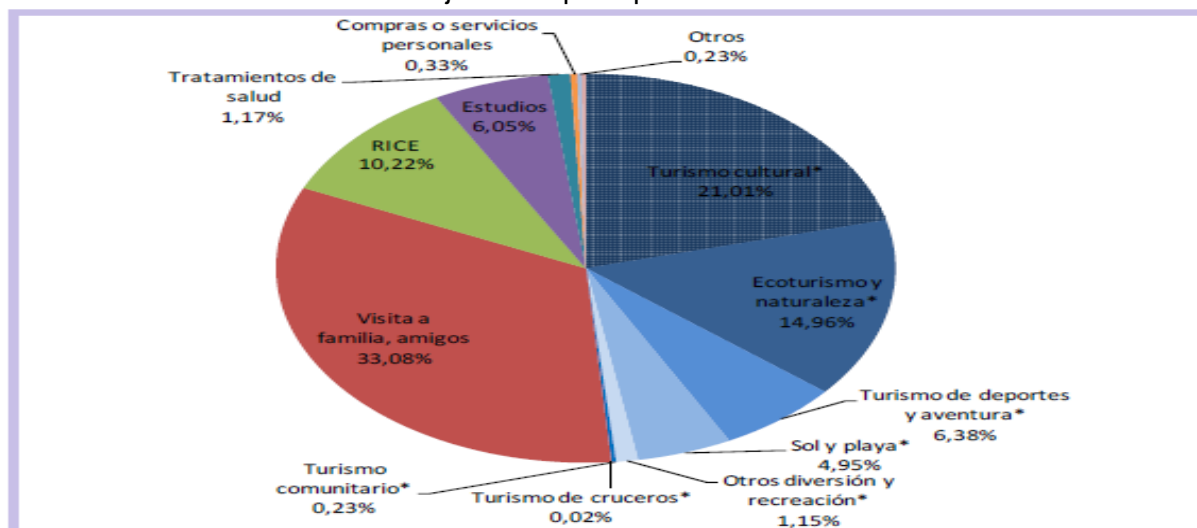
Turismo Receptor

- **Motivos de viaje de los principales mercados emisores en temporada alta**

Durante el mes de julio de 2010, el Ministerio de Turismo del Ecuador (MINTUR), realizó encuestas de demanda de turismo receptor con énfasis en los principales mercados emisores para el Ecuador.¹⁷

De la información se obtuvo que del total de encuestados, la principal motivación del turismo receptor es diversión y recreación con el 48,7%, quienes viajan principalmente motivados por los productos de turismo cultural (21,01%), ecoturismo y turismo de naturaleza (14,96%), turismo de deportes y aventura (6,38%) y sol y playa (4,95%). Otro motivo de viaje es la visita a familiares y amigos con el 33,08%. Como se observa en el gráfico 24.

Gráfico 24
Motivos de viaje de los principales mercados emisores



*Productos turísticos del motivo diversión y recreación.

Fuente: MINTUR (2010) - Estudio "Marca y hábitos del turista no residente"

Elaboración: Barómetro Turístico de Ecuador

- **Estadía promedio y noches adicionales de visita**

Según el Barómetro Turístico de Ecuador (2011:5), en el segmento aéreo, se indica una permanencia promedio de 20,3 noches. Los residentes de Estados Unidos reportan una estadía promedio de 17,71 noches, de Colombia 12,02 noches, de España 35,78 noches y de Perú 10,67 noches, entre otros.

En el segmento terrestre, se indica una permanencia promedio de 13,6 noches. Los residentes de Colombia reportan en promedio 9 noches y los residentes de Perú 25 noches. En temporada alta existe una estadía adicional expresada en 7 noches para quienes viajaron por diversión y recreación.

¹⁷En el Estudio "Marca y hábitos del turista no residente" – MINTUR realizado en julio 2010 se efectuaron 4.265 encuestas, en función de una muestra estratificada según los principales mercados emisores.

- **Gasto promedio por persona**

Según el Barómetro Turístico de Ecuador (2011:5), en el segmento aéreo, se indica un gasto promedio por persona de USD 1.213,54. Los residentes de Estados Unidos reportan un gasto promedio de USD 1.306,53, de España USD 1.760,37, de Colombia USD 702,17 y, de Perú USD 562,64.

En el segmento terrestre, el gasto promedio por persona es de USD 405,00. Los residentes de Colombia reportan un gasto promedio de USD 358,12 y los de Perú USD 290,92.

- **Estructura del gasto**

Según el Barómetro Turístico de Ecuador (2011:5), el gasto de los visitantes, según la vía de ingreso, se estructura de la siguiente manera:

Para el segmento aéreo el gasto de turistas es para alimentación un (32,1%), otros gastos (23,3%), compras (20,0%), alojamiento (15,4%) y transporte interno (9,2%).

Para el segmento terrestre el gasto de turistas es primero para alimentación (31,9%), alojamiento (23,5%), transporte interno (13,7%), compras (13,6%) y otros gastos (17,3%). Ver tabla 4.

Tabla 4
Estructura del Gasto de los visitantes extranjeros

Componente	Aéreo	Terrestre
Alimentación	32,10%	31,90%
Alojamiento	15,40%	23,50%
Transporte interno	9,20%	13,70%
Compras	20,00%	13,60%
Otros	23,30%	17,30%

Fuente: MINTUR (2010) - Encuestas turismo receptor aéreo y terrestre

Elaboración: Barómetro Turístico de Ecuador

- **Medios de consulta para la planificación de viaje**

Como se menciona en el Barómetro Turístico de Ecuador (2011:5), los principales medios de consulta son las referencias o recomendaciones (34,3%), agencias de viajes (33,4%); seguido por internet (16,2%), libros (7,6%) y otros(8,5%).

La alta incidencia de consulta en agencias de viajes, demuestra que se debe dar atención y estimulación del canal; más aún, cuando en el segmento aéreo la incidencia es mayor. Respecto a internet, resulta significativa la participación, tomando en cuenta que no se han realizado acciones relevantes a través de este medio; por lo que es necesaria la estimulación de redes sociales.

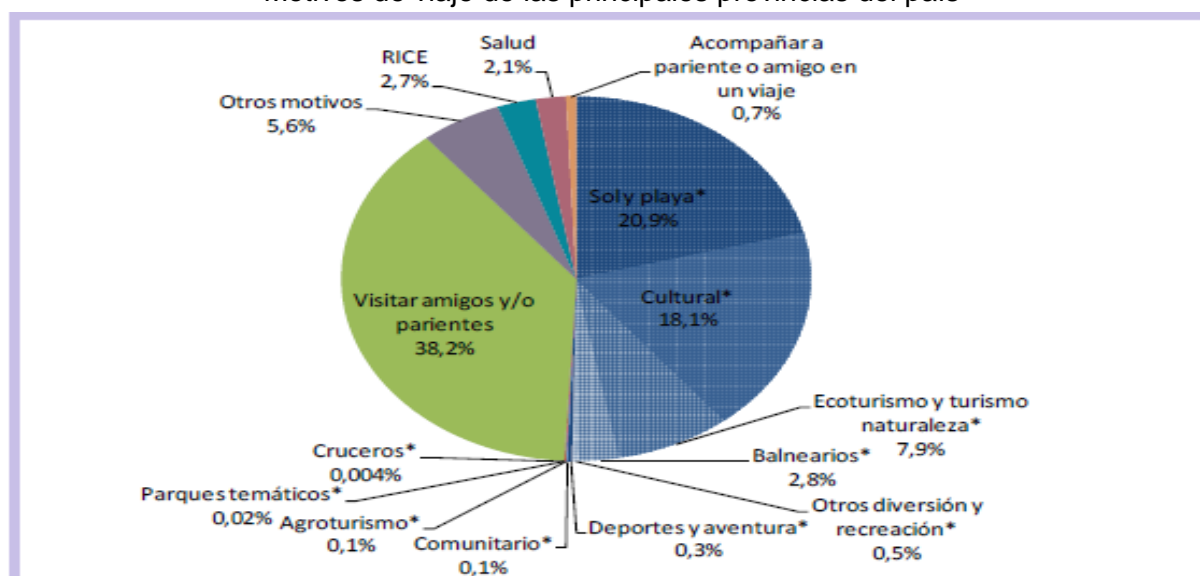
Turismo Interno

• Motivo de viaje

Como indica el Barómetro Turístico de Ecuador (2011:7), los principales motivos de viaje entre junio y agosto 2010 son:

Los productos turísticos de diversión y recreación que mayor incidencia tienen en la generación de un viaje son: visitar amigos/parientes (38,2%), sol y playa (20,9%), turismo cultural (18,1%), ecoturismo y turismo de naturaleza (7,9%) y balnearios (2,8%); en menor medida RICE (2,7%), salud (2,1%), acompañar a pariente o amigo en un viaje (0,7%). Como se ve en el gráfico 25:

Gráfico 25
Motivos de viaje de las principales provincias del país



*Productos turísticos del motivo diversión y recreación.

RICE (Reuniones, Incentivos, Conferencias y Eventos).

Fuente: MINTUR (2010) - Encuesta turismo interno.

Elaboración: Barómetro Turístico de Ecuador

• Estadía

Como indica el Barómetro Turístico de Ecuador (2011:7), la estadía del turismo interno, está visiblemente marcada por la época de vacaciones de la Costa en el primer periodo y, de Andes y Amazonía en el tercero. Ver tabla 5.

Tabla 5
Estadía promedio del turismo interno

Indicadores	Dic 2009- Feb 2010	Mar-May 2010	Jun-Ago 2010
Estadía promedio visitantes (Noches)	1,8	1,4	2

Fuente: MINTUR (2010) - Encuestas turismo receptor aéreo y terrestre.

Elaboración: Barómetro Turístico de Ecuador

- **Gasto promedio por persona**

El gasto promedio que un visitante realiza, se estima en \$38,5 dólares diarios jun-ago. 2010, ver tabla 6.

Tabla 6
Gasto promedio por persona en dólares

Indicadores	Dic 2009- Feb 2010	Mar-May 2010	Jun-Ago 2010
Gasto promedio por persona (USD)	32,2	31,9	38,5

Fuente: MINTUR (2010) - Encuestas turismo receptor aéreo y terrestre.

Elaboración: Barómetro Turístico de Ecuador

- **Estructura del gasto**

El gasto de los residentes, de acuerdo a la información recopilada en la encuesta, se estructura en la tabla 7

Tabla 7
Estructura del gasto de los visitantes que realizan turismo interno

Indicadores	Dic 2009- Feb 2010	Mar-May 2010	Jun-Ago 2010
Gasto en alojamiento	12%	9%	16%
Gasto en alimentos y bebidas	41%	35%	40%
Gasto en transporte	21%	27%	18%
Gasto en compras	6%	5%	6%
Gasto en visita a museos, zoológicos, entre otros	1%	1%	1%
Gasto en bares, discotecas	5%	4%	3%
Gasto en paquetes turísticos	1%	2%	4%
Otros gastos	13%	16%	13%

Fuente: MINTUR (2010) - Encuestas turismo receptor aéreo y terrestre.

Elaboración: Barómetro Turístico de Ecuador

En primer lugar los turistas gastan en alimentos y bebidas (40%), seguido de transporte (18%), tercer lugar se encuentra alojamiento (16%), compras (6%), paquetes turísticos (4%), diversión (3%) y finalmente gasto en visitar museos, zoológicos y otros sitios de atracción (1%).

- **Tipo de alojamiento**

Como indica el Barómetro Turístico de Ecuador (2011:7), el alojamiento más utilizado por los viajeros internos son: Viviendas de familiares y/o amigos y, hoteles y similares; para el periodo junio - agosto, las cifras estuvieron en el orden del 65% y 27% respectivamente, sobresaliendo la ciudad de Quito como el mercado emisor que más hospedaje pagado utiliza, con el 10,7% de los viajes que incluyeron pernoctación.

- **Transporte utilizado**

Como indica el Barómetro Turístico de Ecuador (2011:7), el autobús es el medio de transporte más utilizado por los turistas (44,5%), seguido de vehículo propio (39,7%). Las cifras corresponden al periodo junio – agosto del 2010.

- **Medios de información que influyeron en la elección del destino**

Según el Barómetro Turístico de Ecuador (2011:8), la elección del destino es influenciada principalmente por la experiencia vivida, propia o ajena, e invitación de amigos y/o familiares; entre junio y agosto, correspondió al 54% y 29,8% en orden. Esto da muestra de la importancia de propiciar la promoción a través de medios de comunicación.

Caracterización del turismo receptor en el DMQ- la demanda turística de viajeros no residentes a la ciudad de Quito

Según el último informe evaluado por la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico (EPMGDT) para septiembre del 2012, se evalúa la caracterización del turismo receptor en el DMQ, a continuación los resultados obtenidos:

El visitante a Quito tiene instrucción superior (52,1%), es de sexo masculino (55,4%). El (34,7%) tiene entre 40 y 45 años.

Del mismo modo, el (39,7%) reside en Norteamérica, el (20,2%) en países del Pacto Andino y el (18,5%) en Europa.

El 75% de turistas tuvo a la ciudad como destino escogido, mientras que para el 25% era un paso obligado.

Los turistas que organizan su desplazamiento por cuenta propia lo hace el 82,0% y el otro 18,0% lo hace con la ayuda de una agencia de viajes.

El motivo principal es visitar a familiares o amigos (28,2%); el (26,0%) viene en busca de ocio, recreo y vacaciones y el (22,8%), por negocios o eventos.

Los turistas que se alojan en hoteles representan el 44,3%; familiares o amigos representa el 32,3% y el 14,1% prefieren hostales, pensiones y residencias.

Su estadía media en la ciudad es de 5,87 días. Efectúa un gasto diario de 91 dólares, con gasto por estancia de USD537,00.

El medio de información de consulta para la visita fue por parte de “amigos/familiares” 41,2%, “internet” 24,4%, “documentales” 8,8%, seguido en menor proporción de agencias de viajes, eventos internacionales, promociones.

(Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico, 2012:11-15).

Los sitios más visitados dentro de la ciudad se encuentran el Centro histórico con el 35,1%, las iglesias se encuentran en 5to lugar con el 6,3%, museos con el 6,2%, entre otros lugares de atracción en Quito, véase la tabla 8 (Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico, 2012:25).

Tabla 8
Sitios más visitados dentro de la ciudad

Sitios más visitados	
	%
Centro histórico	35,1
Teleférico	11,5
El Panecillo	9,2
La Mariscal	9,1
Iglesias	6,3
Museos	6,2
Centros comerciales	6,1
La Ronda	4,2
Parques	4
Mercado Artesanal	3
Plaza Foch	2,4
Subtotal	97,1
Otros	2,9
Total	100

Fuente: Empresa Publica Metropolitana de Gestión de Destino Turístico, 2012

Elaboración: Empresa Publica Metropolitana de Gestión de Destino Turístico, 2012

Preferencias de visita atractivos turísticos nacionales

Según el Plan estratégico de desarrollo de turismo sostenible para Ecuador PLANDETUR 2020, (2007:11), realizado por el Ministerio de Turismo del Ecuador, muestra que las preferencias de visita por turistas a los diferentes atractivos nacionales como se indica en la siguiente tabla:

Se determina que los sitios naturales y las playas ocupan el primer lugar con (29,5%) y (29,1%) respectivamente, segundo lugar en las preferencias de los turistas nacionales esta los balearios termales con (15,2%), en tercer lugar se encuentra sitios de diversión (8,3%), seguidos por las preferencias de visita a otros sitios y atractivos como parques nacionales (1,5%), museos (1,3%), zonas históricas (1%) y sitios arqueológicos (0,3%) en menor medida. Véase la tabla 9:

Tabla 9
Preferencias de visita atractivos turísticos nacionales

Atractivo visitado	Total de visitantes	%
Sitios naturales	786.718	29,5
Playas	775.756	29,1
Balnearios termales	404.860	15,2
Sitios de diversión	221.414	8,3
Sitios de comida	144.161	5,4
Fiestas y mercados	102.281	3,8
Fiestas religiosas	65.396	2,5
Otros	56.460	2,1
Parque nacional	40.147	1,5
Museos	34.267	1,3
Zonas históricas	26.988	1
Sitios arqueológicos	7.867	0,3
Total del universo	2.666.315	100

Fuente: PLANDETUR 2020. Encuesta de Turismo Interno (junio 2002- julio 2003) – Sistema de Estadísticas Turísticas del Ecuador.

Elaboración: PLANDETUR 2020. Encuesta de Turismo Interno (junio 2002- julio 2003) – Sistema de Estadísticas Turísticas del Ecuador.

Situación de demanda de productos turísticos ecuatorianos en el trade (término inglés adoptado en el Marketing Turístico para catalogar al público profesional, entendiéndose intermediarios turísticos, agencias de viajes mayoristas y tour operadoras)

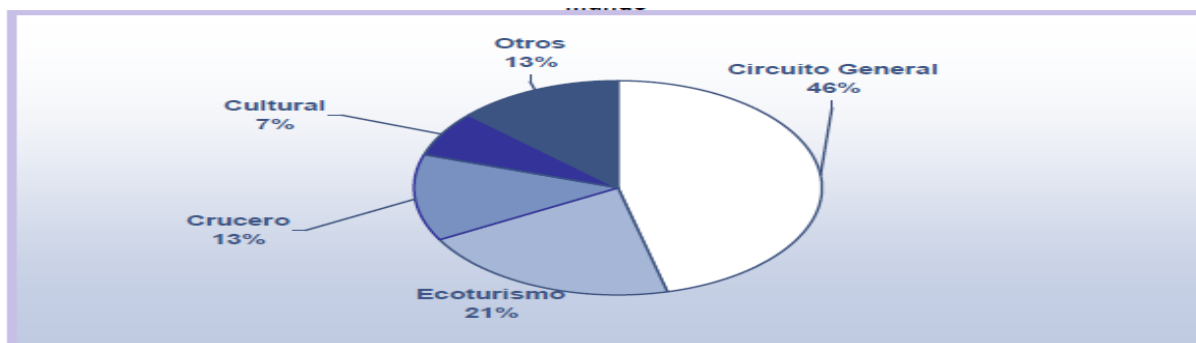
Según el Plan Integral de Marketing Turístico de Ecuador PIMTE 2014 (2009:17-18), realizado por el Ministerio de Turismo del Ecuador, se menciona los productos turísticos del Ecuador que más se comercializan a través del trade turístico internacional y nacional.

Situación de demanda productos en el trade internacional:

- Los Circuitos turísticos generales son el primer producto turístico más comercializado, con un 46% de la oferta.
- El Ecoturismo es el segundo producto turístico más comercializado, constituyendo un 21% de la oferta.
- Los cruceros (principalmente a las Islas Galápagos) son el tercer producto turístico más comercializado, al igual que otros productos turísticos, ambos representando un 13% cada uno respectivamente. Lo anterior, pone en valor que más que la experiencia del crucero a las Islas Galápagos es la experiencia de la realización de actividades relacionadas al turismo y turismo de naturaleza en las Islas.
- El turismo cultural es el cuarto producto turístico más comercializado, representando el 7%. Ver gráfico 26.

Gráfico 26

Los productos turísticos más comercializados a nivel global por operadores que venden Ecuador en el mundo



Fuente: PIMTE 2014. Encuesta de Turismo Interno (junio 2002- julio 2003) – Sistema de Estadísticas Turísticas del Ecuador.

Elaboración: PIMTE 2014

Se entiende por circuitos turísticos generales a la acción de los turistas por viajar a un destino y en lugar de tomar una sede central, deciden ver diversos lugares desplazándose de un lugar a otro, en vez de volver siempre al mismo centro.

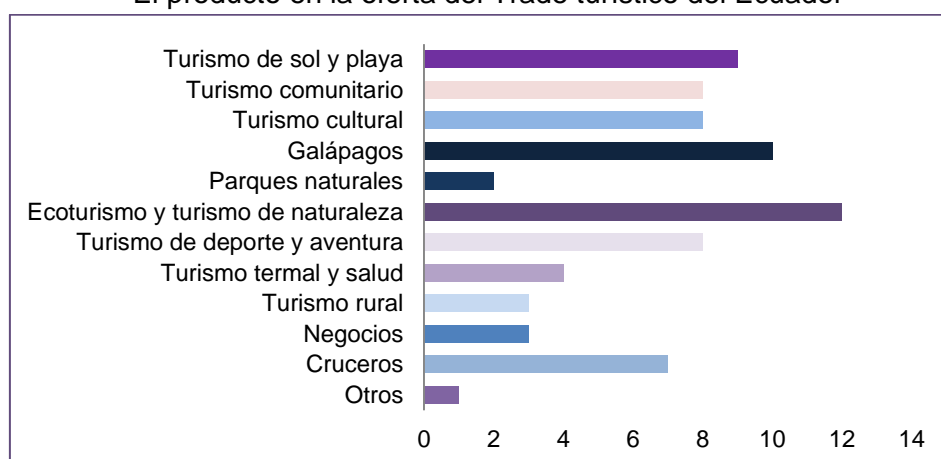
Situación de demanda de productos en el trade nacional:

Los productos turísticos del Ecuador más comercializados por el trade turístico ecuatoriano según el gráfico 27 son:

- En primer lugar el Ecoturismo y turismo de naturaleza
- En segundo lugar, se ubica Galápagos
- En tercer lugar, se ubica Sol y playa

Gráfico 27

El producto en la oferta del Trade turístico del Ecuador



Fuente: MINTUR (2010). Realización propia a partir de Encuesta al Trade para la Fase I de Evaluación del PIMTE '03-'06 (2009).

* Las cantidades absolutas para 2009 son de valor cualitativo a partir de la Encuesta al Trade para la Fase I de evaluación del PIMTE '03-'06 (2009).

Elaboración: Ministerio de Turismo (2010)

Patrimonio cultural en el Ecuador

Para la presente investigación se escogió a Quito como “Capital Americana de la Cultura 2011”, constituida hace 32 años como Primer Patrimonio Cultural de la Humanidad, otorgado por la Unesco, en septiembre del 2010. Esto convierte a Quito como referente cultural no sólo de la región, sino a nivel mundial lo que permite dar a conocer a los turistas todas las riquezas que posee la ciudad. Es la segunda capital o ciudad importante más alta del mundo después de La Paz, Bolivia.

“Uno de sus tesoros más importantes es el Centro Histórico, que en 320 hectáreas, reúne a 130 edificaciones monumentales y 5000 inmuebles registrados en el inventario municipal de bienes patrimoniales” (Capital Americana de la Cultura, párr.2), siendo éste el más grande y el mejor preservado de América según la UNESCO.

Sobre la Capital Americana de la Cultura (www.cac-acc.org): Fue creada en 1998 para promover la integración interamericana desde el ámbito cultural, contribuir a un mejor conocimiento entre los pueblos del continente americano, respetando su diversidad nacional y regional, poniendo de relieve al mismo tiempo el patrimonio cultural común y promocionar internacionalmente la ciudad elegida (Quito Capital Americana de la Cultura, 2011).

“La Organización Capital Americana de la Cultura es miembro del Bureau Internacional de Capitales Culturales y promueve internacionalmente las ciudades capitales culturales y establece nuevos puentes de cooperación con Europa, continente que tiene establecida la capital cultural desde 1985” (Capital Americana de la Cultura, párr.4).

Como se ha visto en párrafos anteriores la herencia de los antepasados es el patrimonio, el cual se expresa en los bienes culturales muebles e inmuebles que forman parte de este patrimonio cultural como las obras de arte arquitectónico, escultórico y pictórico: los libros, y documentos; los objetos de las culturas prehispánicas (hallazgos arqueológicos); los objetos que emplea en las fiestas populares, los instrumentos musicales, etc. Igualmente deben contarse como patrimonio del centro histórico a la ciudad con sus plazas, iglesias, parques y monumentos.

Importancia del patrimonio cultural

Ricardo Vaca Andrade, en su estudio sobre *“Delitos contra el patrimonio cultural en Ecuador”* (s.f.) menciona que: El Patrimonio Cultural es importante porque es parte de la Riqueza de la Nación que involucra el pasado histórico con nuestro presente común, en construcción con una identidad nacional, a través de este patrimonio se ofrece al mundo un valioso conocimiento de riqueza. El Patrimonio Cultural es un Recurso No Renovable en lo que respecta a su pasado, y es por eso mismo que se manifiesta como recurso propio e intocable de una Nación (párr. 30).

Los activos culturales como museos, iglesias, edificios y centros históricos son una importante fuente de generación de ingresos del turismo, por lo que deben ser valiosos para todos los pobladores de una región, país o para el mundo en su totalidad. Esto comprende

conocer las obras, las manifestaciones artísticas, culturales, parques naturales, fiestas tradicionales, artesanías, lo que permite el desarrollo de la sociedad.

Todos estos efectos del patrimonio cultural en lo económico, lo social, lo educativo y lo imaginario representan aspectos importantes en cuanto a la calidad de vida de las personas.

El uso del patrimonio cultural como recurso turístico en el país aún no está muy extendido a pesar de la riqueza patrimonial y etnográfica. Todo esto se debe a que existe mayor preferencia por otro tipo de turismo como el turismo de sol y playa y por una mayor oferta turística hacia los recursos naturales, he ahí la importancia de conservar e investigar el Patrimonio Cultural Histórico del país y darle valor a través de la promoción.

Resultado y análisis de las encuestas realizadas en el Centro Histórico de Quito

Este capítulo presenta el análisis y los resultados de los datos obtenidos de las 267 encuestas realizadas a los visitantes culturales de los museos e iglesias más importantes del Centro Histórico de Quito del que se encuentra: “Museo Casa de Sucre”, “Museo de la Ciudad”, “Museo Alberto Mena Caamaño”, “Iglesia La Merced”, “Iglesia San Francisco” y la “Iglesia de la Compañía”.

Por tanto, los porcentajes presentados en las Tablas y Figuras siguientes están calculados en función del tamaño de la muestra de 267 personas.

A continuación se presenta el análisis de resultados de la encuesta Anexo A:

Parte I. Perfil sociodemográfico de los entrevistados en el Centro Histórico

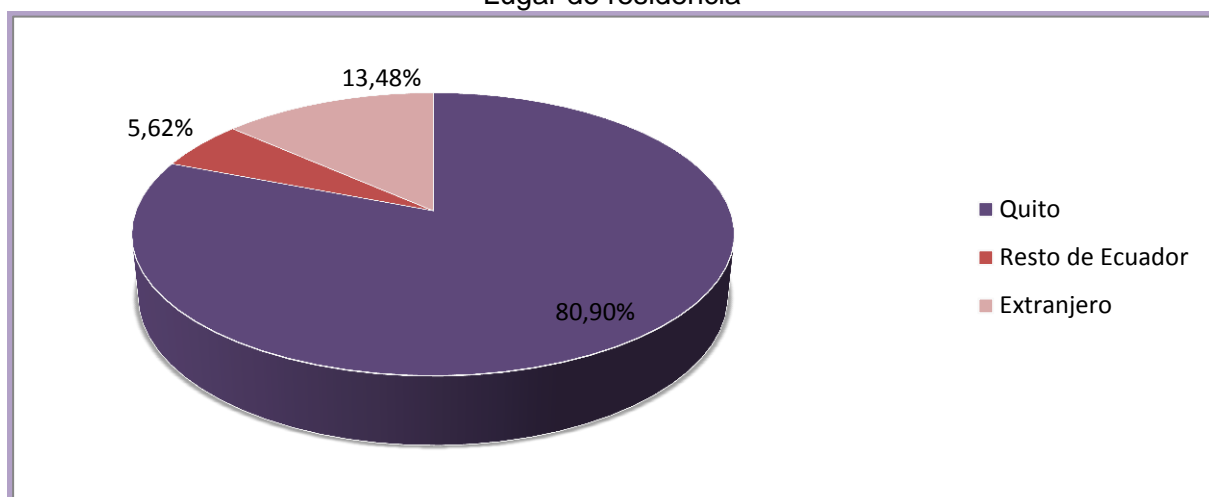
El perfil del turista cultural que visita los museos e iglesias de la ciudad está basado en las preguntas relacionadas con los aspectos sociodemográficos del cuestionario. Por ejemplo:

- Lugar de residencia;
- Sexo;
- Edad;
- Educación;
- Actividad económica;
- Ocupación;

Pregunta 1: lugar de residencia

De la encuesta se obtuvo que el 80,90% de los encuestados son residentes de Quito, el 13,48% son extranjeros de países como: Colombia, Perú, Europa, y Estados Unidos y el 5,62% del resto de Ecuador principalmente provincias de Guayaquil, Santo Domingo, Ambato, Ibarra, entre otras. Ver gráfico 28

Gráfico 28
Lugar de residencia

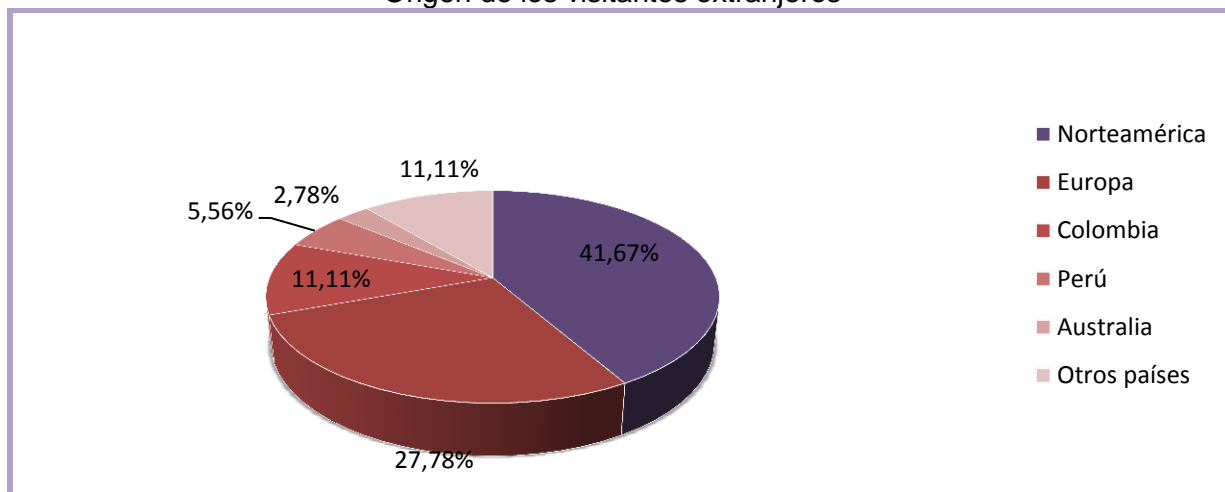


Fuente: Investigación de campo

Elaboración: Diana Tamayo

Se puede evidenciar que los mercados eventuales para el destino turístico a Quito es Norteamérica (42%) y Europa (28%), representados mayormente en el primer caso por Estados Unidos el principal mercado emisor y para el caso de Europa países como Francia, Alemania y España. Le sigue países como Colombia (11%), Perú (6%), entre "otros" (11%) se encuentra países de Centro América. Ver gráfico 29

Gráfico 29
Origen de los visitantes extranjeros

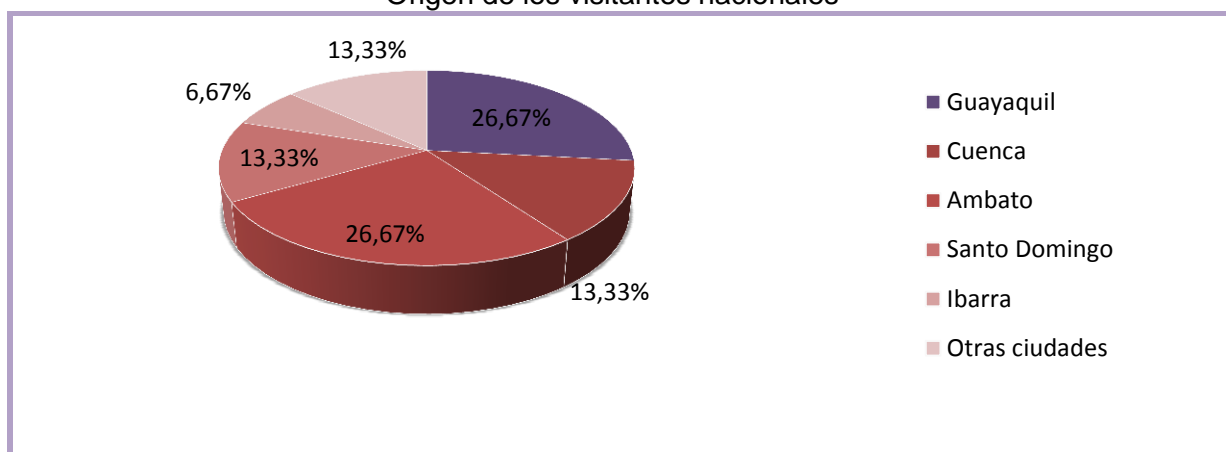


Fuente: Investigación de campo

Elaboración: Diana Tamayo

Los mercados emisores del turismo interno como se puede ver en la representación gráfica son los tradicionalmente conocidos como las ciudades de Guayaquil y Ambato con el (27%) respectivamente, Cuenca y Santo Domingo con el (13%) cada uno, e Ibarra (13%). Ver gráfico 30.

Gráfico 30
Origen de los visitantes nacionales



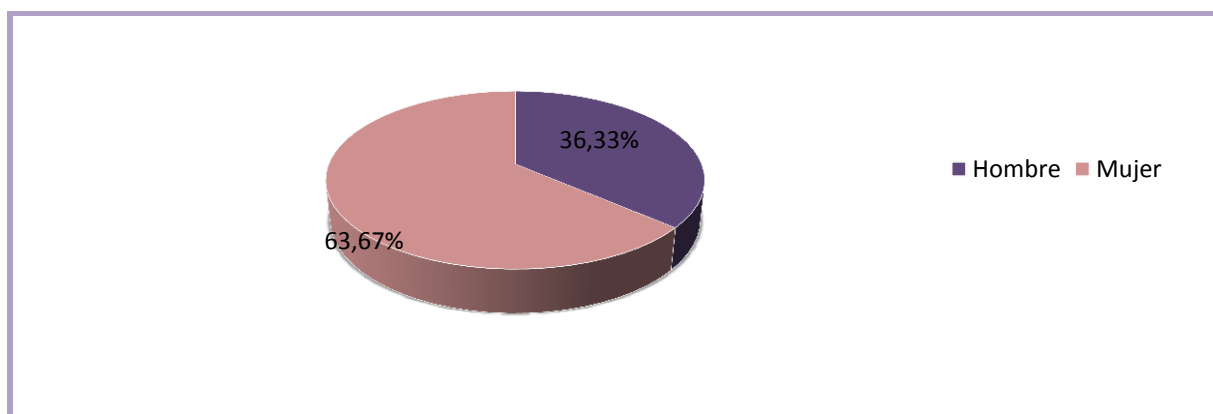
Fuente: Investigación de campo

Elaboración: Diana Tamayo

Pregunta 2: Sexo

La distribución por sexo indica una parcialidad hacia las mujeres, con una diferencia considerable: 63,67% de mujeres y 36% de hombres. Ver gráfico 31

Gráfico 31
Sexo de las personas encuestadas



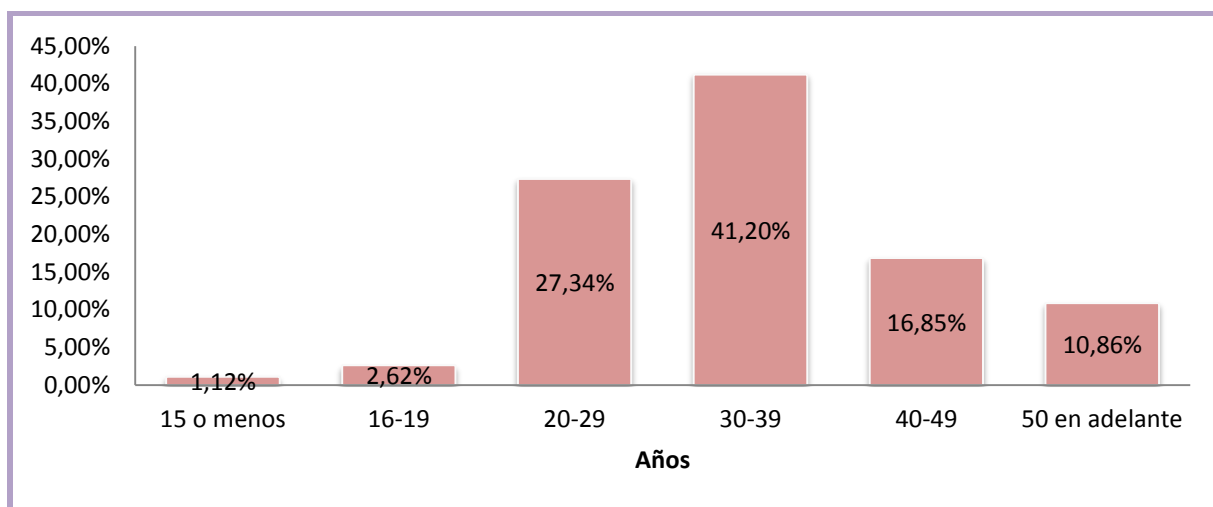
Fuente: Investigación de campo

Elaboración: Diana Tamayo

Pregunta 3: Edad

El intervalo de edad de mayor representatividad del turista cultural es de 30-39 años con un 41%, seguido del segmento de 20-29 años con un 27%, al que le sigue el grupo de edad de 40-49 años con un 16,85%. Finalmente los menores de 19 años y mayores de 50 años tienen un bajo porcentaje que visitan sitios culturales con un 4% y 10,86% respectivamente. Ver gráfico 32.

Gráfico 32
Edad de las personas encuestadas



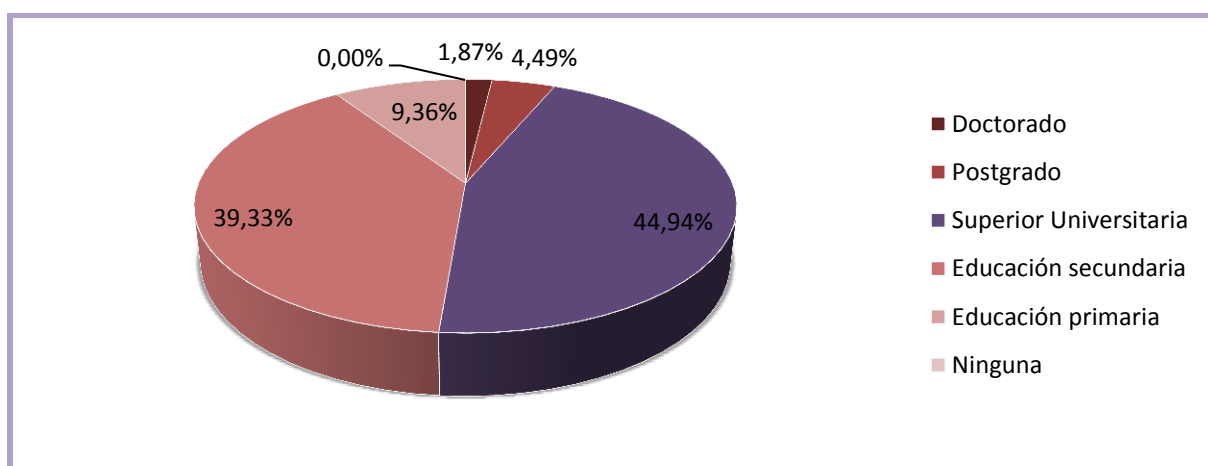
Fuente: Investigación de campo

Elaboración: Diana Tamayo

Pregunta 4: Nivel de Estudios

De acuerdo con los resultados obtenidos, se puede apreciar que el grupo de turistas culturales entrevistados posee un nivel educativo y de formación medio alto, ya que un 45% tienen educación superior universitaria, seguido de un 39% con educación secundaria, y un 9% educación primaria, mientras tanto solo el 6% tiene un postgrado o doctorado. Ver gráfico 33

Gráfico 33
Nivel de estudios



Fuente: Investigación de campo

Elaboración: Diana Tamayo

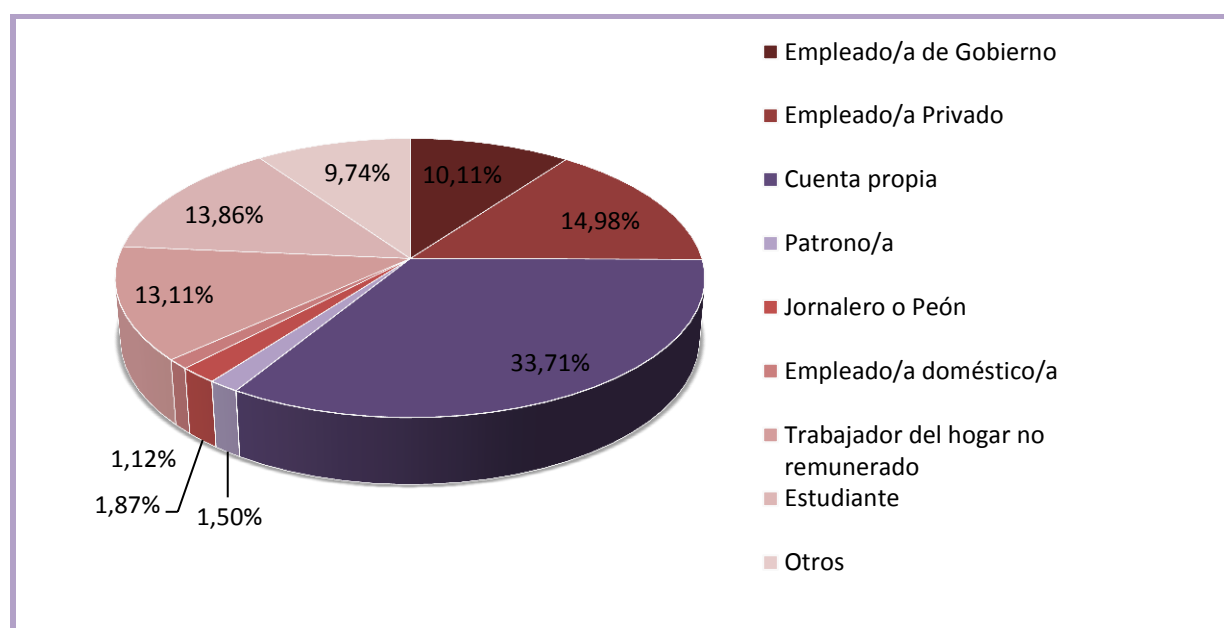
Pregunta 5: Ocupación

La situación laboral más habitual es la de trabajo remunerado con un 63%, le siguen estudiantes con un 14%, amas de casas con un 13% y la opción de “otros” que se encuentran los jubilados con un 10%. En los trabajos remunerados destacan los funcionarios/as del gobierno, empleados/as privados, autónomos, patrono/a, jornalero o peón, y empleado/a doméstico/a.

Con un porcentaje más alto de los entrevistados son: empleado autónomo 34%, seguido de funcionarios privados con un 15%, y funcionarios del gobierno con un 10%. Ver gráfico 34

Gráfico 34

Ocupación



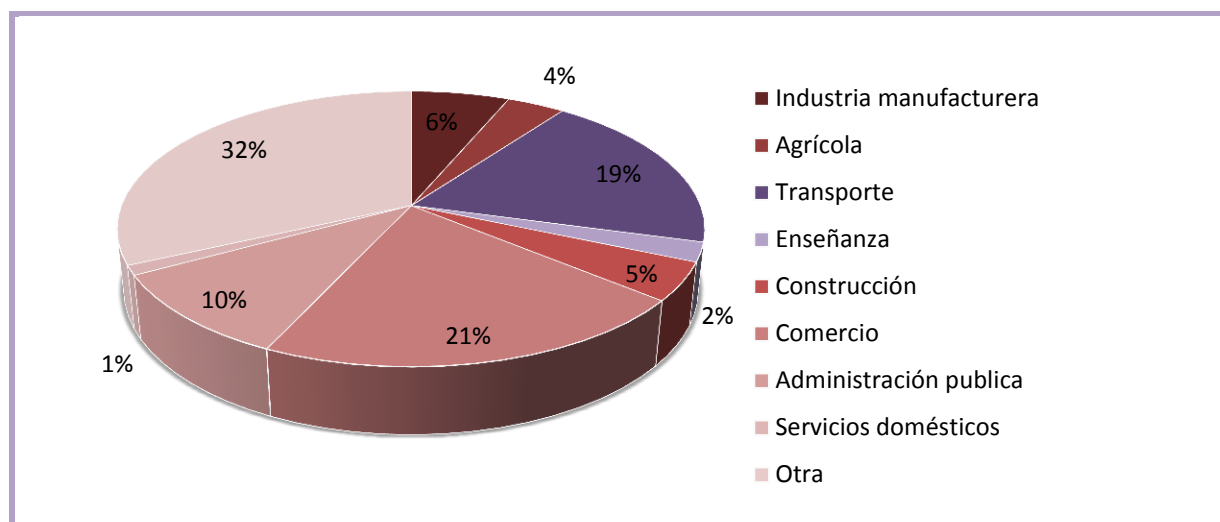
Fuente: Investigación de campo

Elaboración: Diana Tamayo

Pregunta 6: Sector que labora

En cuanto a la profesión, hay una predominancia de comerciantes con el 21%, sector de transporte con un 19%, industria manufacturera con un 17%, construcción con un 4,49%, el sector agrícola con un 4% y de enseñanza con un 2,25%; la administración pública representa un 10% del total de encuestados. En la categoría “otros” con un total de 32% se encuentran jubilados, estudiantes, funcionarios judiciales, asesores legales, personas dedicadas a la industria automotriz, industria tecnológica, artística, alimenticia (restaurantes), entre otros. Ver gráfico 35:

Gráfico 35
Sector que labora



Fuente: Investigación de campo

Elaboración: Diana Tamayo

Parte II. La disposición a pagar del turista cultural

Consiste en obtener a través de la encuesta la máxima disposición a pagar- DAP, o la fijación de un precio de entrada, en valor monetario, que el entrevistado otorga al bien que se está valorando en cuestión. Esta pregunta se la puede realizar con una única pregunta o una serie de preguntas con diferentes ofertas y de esta forma establecer un precio por el bien dado.

Pregunta 7. Disposición a pagar un precio de entrada a un sitio cultural y las razones

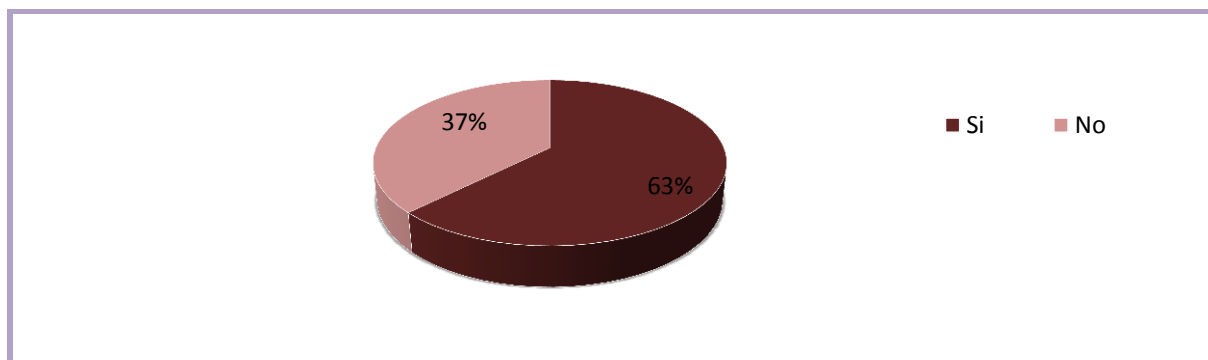
El 62,55% de los encuestados están dispuestos a pagar un precio para la entrada a un sitio cultural, el otro 37,45% no está de acuerdo.

De las personas que están de acuerdo sus razones fueron: porque es importante brindar un adecuado mantenimiento del lugar, para mejoramiento en la infraestructura y dar un buen trato a los turistas.

El otro porcentaje de personas que no están de acuerdo con pagar una entrada sus razones fueron: porque existen bienes culturales públicos y el Estado se debería de encargar del mantenimiento, conservación, cuidado del lugar por ende la entrada a diferentes sitios de atracción cultural debería ser gratuito. Ver gráfico 36

Gráfico 36

¿Estaría dispuesto a pagar un precio de entrada a un sitio cultural?



Fuente: Investigación de campo

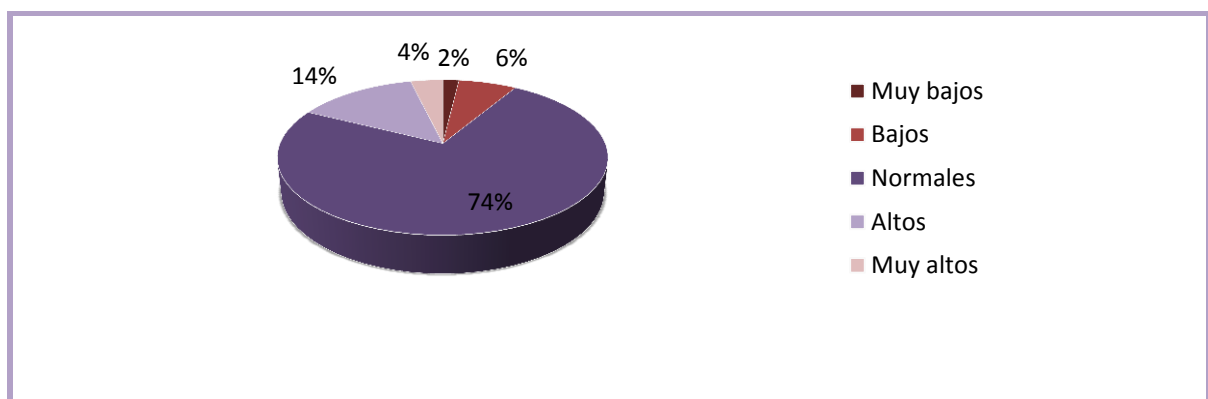
Elaboración: Diana Tamayo

Pregunta 8: Precios de las atracciones culturales

De la encuesta se encontró que un 73,78% considera a los precios como normales, el 13,86% considera a los precios como altos, el 6,74% considera como bajos y el 2% muy bajos por lo que significa que tienen los suficientes ingresos para permitirse visitar lugares e instalaciones culturales; tan solo el 3,75% considera a los precios como muy altos. Ver gráfico 37.

Gráfico 37

Los precios de las atracciones culturales que ha visitado en el Centro Histórico



Fuente: Investigación de campo

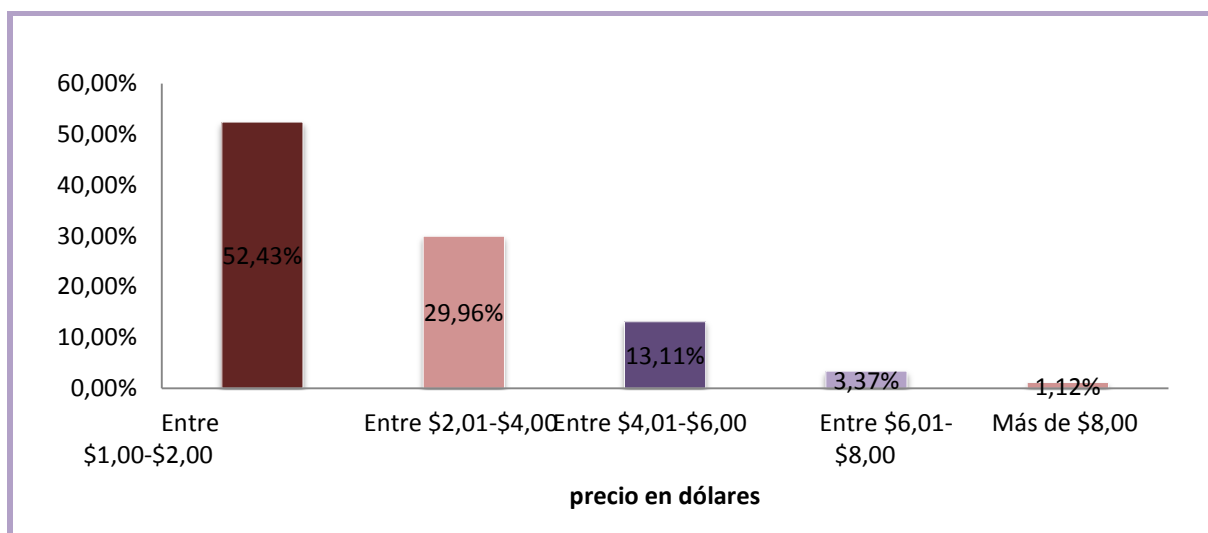
Elaboración: Diana Tamayo

Pregunta 9: ¿Hasta cuánto pagaría por la entrada a un sitio cultural?

La mayor parte de los encuestados (52%) respondieron que pagarían por la entrada a un sitio cultural entre \$1,00 a \$2,00 usd, el (29,96%) respondió que pagaría entre \$2,01-\$4,00usd, el (13,11%) respondió que pagaría entre \$4,01-\$6,00usd y el (4%) pagaría entre \$6,00 y más de \$8,00 usd sobre todo extranjeros. Ver gráfico 38

Gráfico 38

¿Hasta cuánto pagaría por la entrada a un sitio cultural?



Fuente: Investigación de campo

Elaboración: Diana Tamayo

Parte III. Consumo cultural del turista cultural

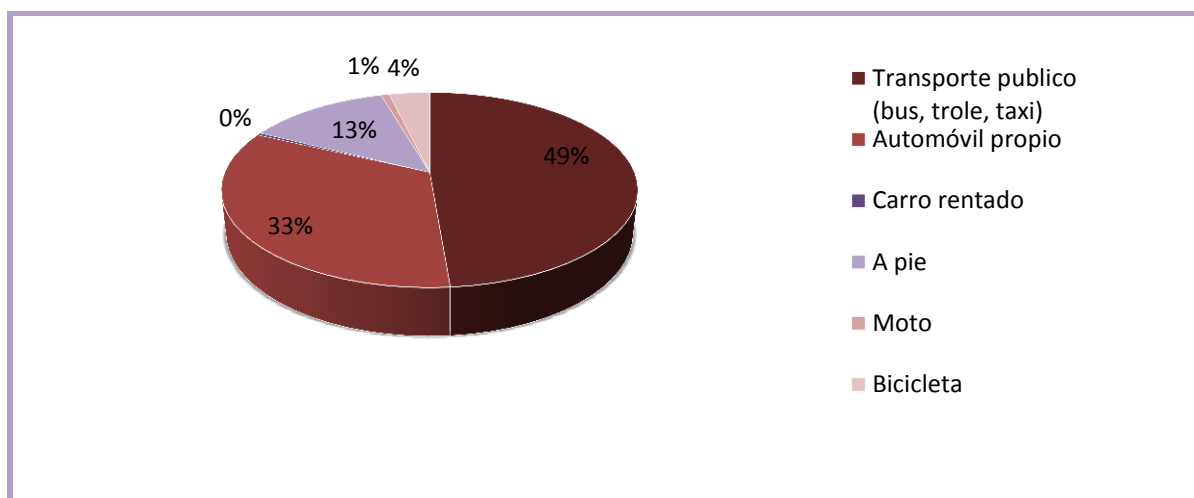
Con éste grupo de preguntas se busca identificar el comportamiento del consumidor cultural en sí, relacionado con las condiciones de acceso del turista a su lugar de destino y las diferentes actividades que realizó para llegar a su lugar de destino, estas son:

- Medio de transporte
- Alojamiento utilizado
- Fuentes de información del turista
- Acompañantes
- Periodo de estancia
- Tipo de vacaciones que realiza

Pregunta 10: ¿Qué medio de transporte utiliza para visitar las atracciones culturales en el Centro Histórico?

El medio de transporte más utilizado por este grupo de turistas es el transporte local (49%), en efecto, autobús, metro bus y taxi son los medios de transporte preferidos para desplazarse, seguido del vehículo propio (33%). “Caminar a pie” también está bien considerado por los turistas culturales, (13%) sobre todo entre los residentes locales, seguido de la bicicleta (3,75%). Ver gráfico 39

Gráfico 39
Medio de Transporte



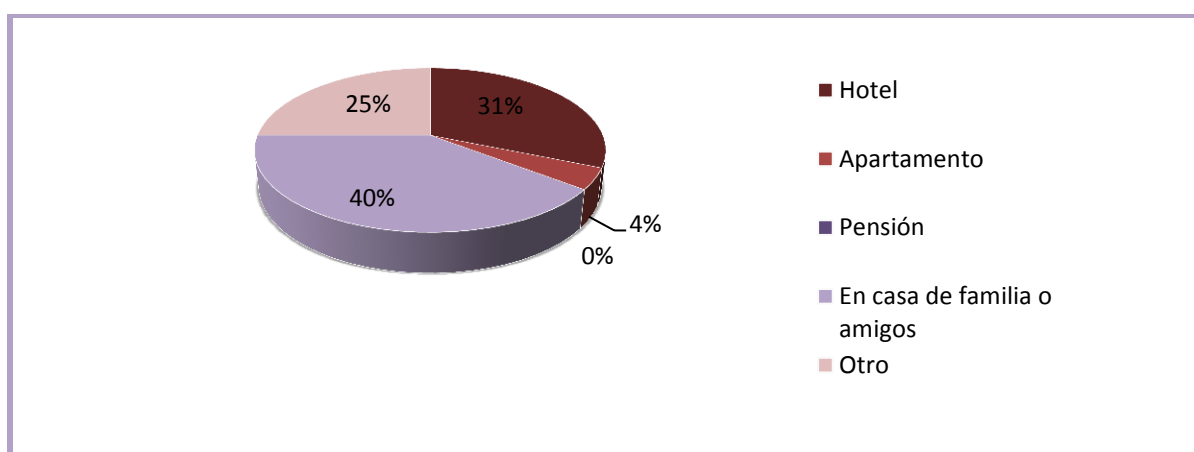
Fuente: Investigación de campo

Elaboración: Diana Tamayo

Pregunta 11: ¿Dónde está alojado? (para turistas nacionales fuera de Quito y extranjeros)

En cuanto al tipo de alojamiento, estos turistas culturales prefieren alojarse en casa de “amigos y familiares” (40%), la segunda opción más utilizada es pasar la noche en “hoteles” (31%), seguido, en tercer lugar, de la opción “otros” en la que escogieron hostales (25%) sobre todo entre los visitantes más jóvenes, y un 4% contestó tener un “apartamento propio” en la ciudad. Ver gráfico 40

Gráfico 40
Alojamiento de turistas nacionales fuera de Quito y extranjeros



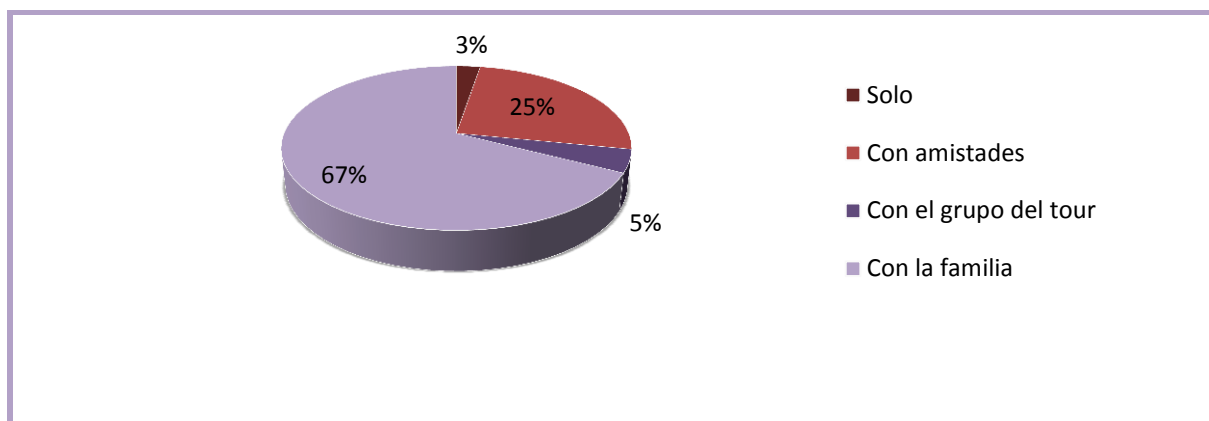
Fuente: Investigación de campo

Elaboración: Diana Tamayo

Pregunta 12: ¿Con quién visita usted las atracciones culturales en el Centro Histórico?

En cuanto a la pregunta de con quién realizan la visita, la principal respuesta es con la “familia” (67%). Con “amistades” (25,47%), con el “grupo del tour” (4,49%) y “solos”(2,62%). Ver gráfico 41

Gráfico 41
Acompañantes durante la visita



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Diana Tamayo

Pregunta 13: En promedio ¿Cuántos días tiene planeado pasar en este destino turístico? (para turistas nacionales fuera de Quito o extranjeros)

El tiempo medio de permanencia de los visitantes no residente en el Ecuador es de 20,7 días. Por ejemplo los colombianos se quedan 13 días; los peruanos 15 días; los ingleses 14 días; los franceses 23 días y los estadounidenses 26 días.

Los turistas nacionales fuera de Quito están de 3 a 7 días máximo.

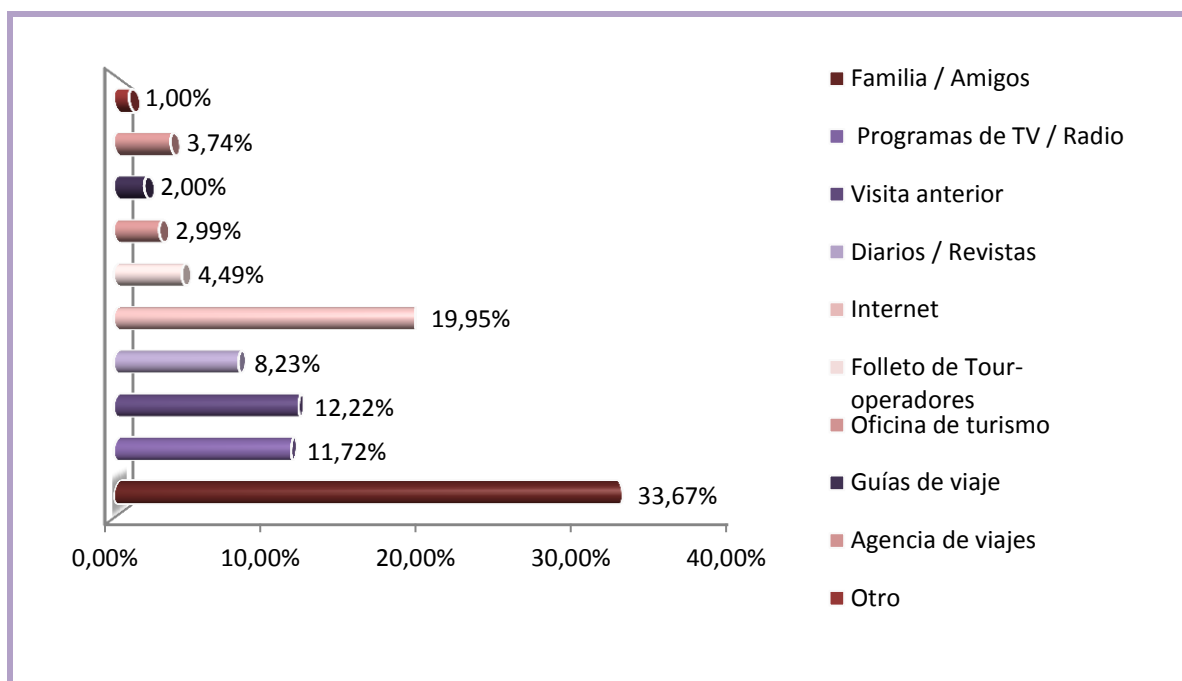
Pregunta 14: Fuentes de Información utilizadas antes de visitar el Centro Histórico

Respecto a la fuente de información utilizada una vez llegados al Centro Histórico, el 34% recibe consejos de su “familia y amigos” para organizar la visita a la ciudad, seguido por un 20% que deciden consultar por “internet”, un 12% respondió que ya había visitado antes por lo que deciden regresar para hacer turismo, un 11,72% se informaron a través de “radio y tv.”, seguido de un 8% que se informaron por medio de “revistas”, un 8,74% deciden consultar por “agencias de viajes”, “oficinas de turismo”, y “guías de turismo”. Estos se consideran poco significativos como recursos de información turística sobre la ciudad.

El uso de “folletos” para algunos turistas, es utilizado tan solo por el 4,49% de los visitantes totales, en cierto modo porque los turistas buscan información específica sobre un evento en concreto más que sobre la ciudad en general. Ver gráfico 42:

Gráfico 42

¿Qué fuentes de información ha consultado antes de llegar al Centro Histórico?



Fuente: Investigación de campo

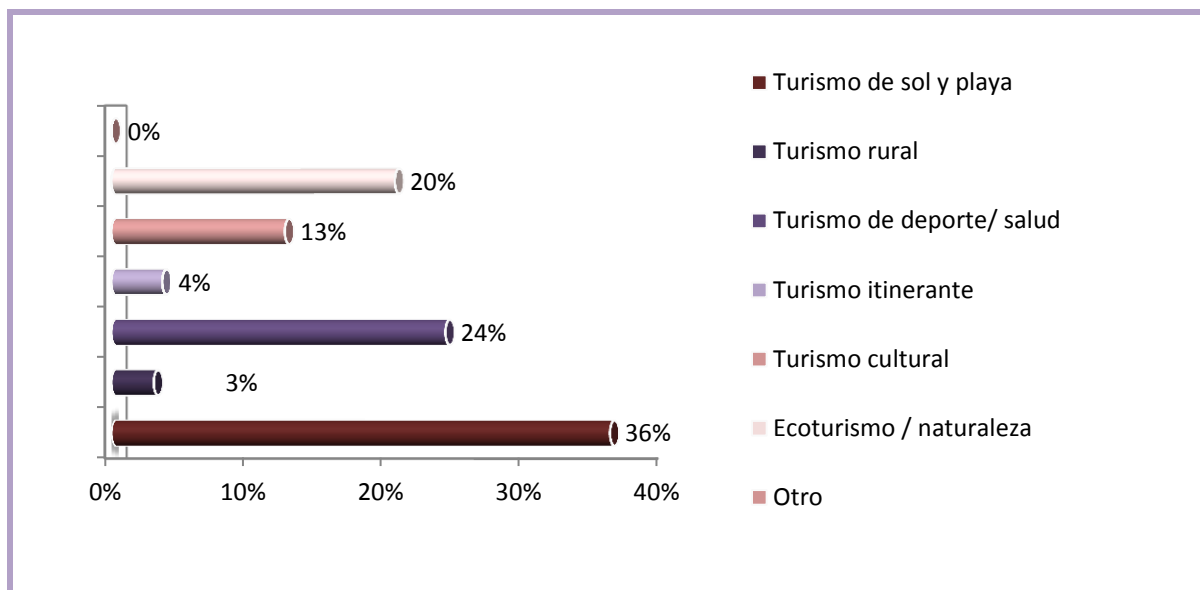
Elaboración: Diana Tamayo

Pregunta 15: Tipo de vacaciones que realizan los turistas normalmente

De los encuestados se obtuvo que la mayor parte realizan turismo de “sol y playa” (36%), seguido de un (24%) “turismo de deporte”, un (20%) realiza “ecoturismo/turismo de naturaleza”, el (13%) realiza “turismo cultural”, y tanto solo el 3% y 4% realiza “turismo rural” e “itinerante” respectivamente. Ver gráfico 43:

Gráfico 43

¿Cómo describiría el tipo de vacaciones que normalmente realiza?



Fuente: Investigación de campo

Elaboración: Diana Tamayo

Parte IV. Motivaciones, gustos y preferencias del turista cultural; y opiniones sobre el turismo cultural

En este epígrafe, se analizan los factores que motivan al turista cultural a visitar los museos e iglesias del Centro Histórico de Quito, así como también se han proporcionado preguntas abiertas al final del cuestionario para recopilar la opinión de los visitantes sobre “turismo cultural”, “proyectos a implementar en Quito para dinamizar el turismo cultural” y “el cuidado en el CHQ”.

El hecho de usar una pregunta abierta se fundamenta en la ventaja que, así, tiene el entrevistado de responder de forma más independiente y libre, sin influencias del entrevistador.

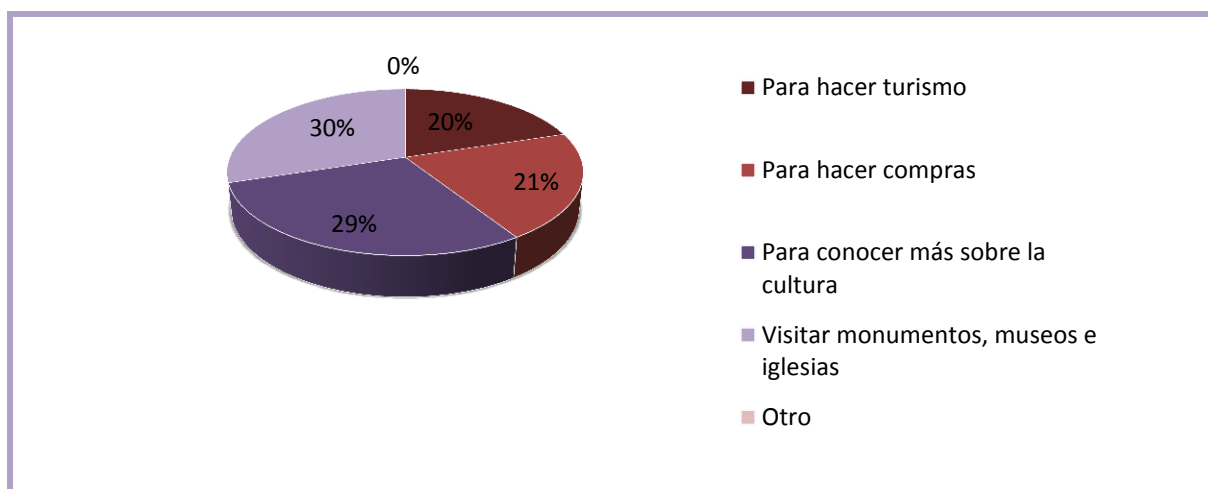
Pregunta 16. Objetivo de la visita al Centro Histórico de Quito

Las principales razones que motivan la visita al Centro Histórico de los turistas culturales son primordialmente, para visitar monumentos, museos e iglesias (32%), seguido de aprender más sobre la cultura (27,88%), turistas que van al centro histórico para hacer compras tiene un (20,83%) y para hacer turismo un (19,23%).

Así, estos resultados indican que los visitantes tienen, un gran interés en la ciudad en sí, y luego una inclinación por la cultura de la ciudad. Ver gráfico 44:

Gráfico 44

El objetivo de su visita al Centro Histórico de Quito



Fuente: Investigación de campo

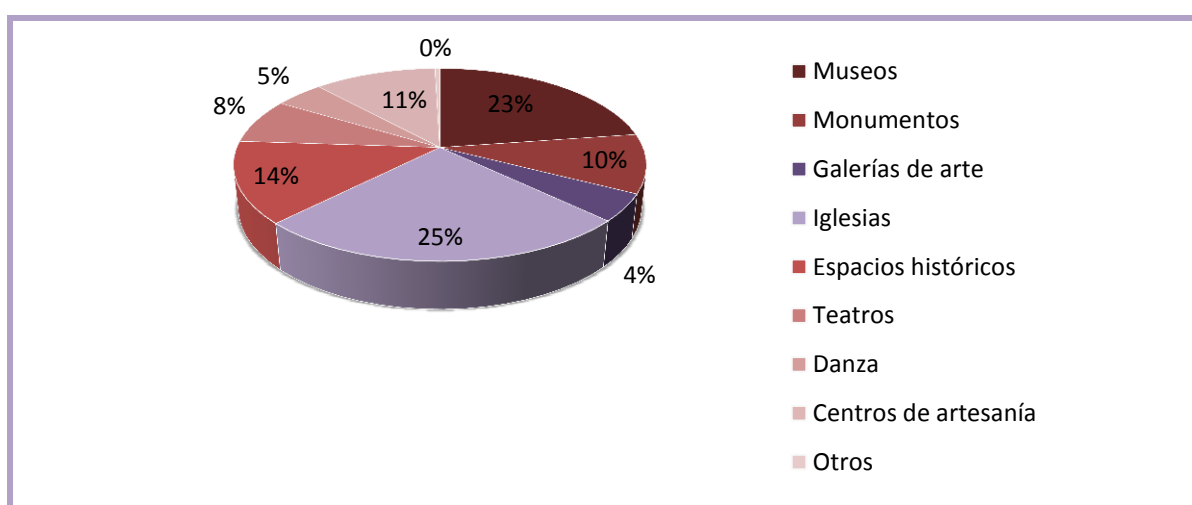
Elaboración: Diana Tamayo

Pregunta 17: Atracciones culturales visitadas en Quito

De las atracciones visitadas en el Centro Histórico de Quito se encuentra principalmente las iglesias (25,30%), seguido por los museos (22,73%), espacios históricos son muy visitados como la calle “La Ronda” (13,64%), los centros de artesanías con el (11,36%), con (9,85%) monumentos, teatros (7,58%), y espectáculos de danza y galerías de arte un 4,55% cada uno. Lo que indica que si hay preferencias por parte de los turistas principalmente en museos e iglesias de la ciudad. Ver gráfico 45:

Gráfico 45

¿Cuáles de las siguientes atracciones culturales ha visitado en Quito?



Fuente: Investigación de campo

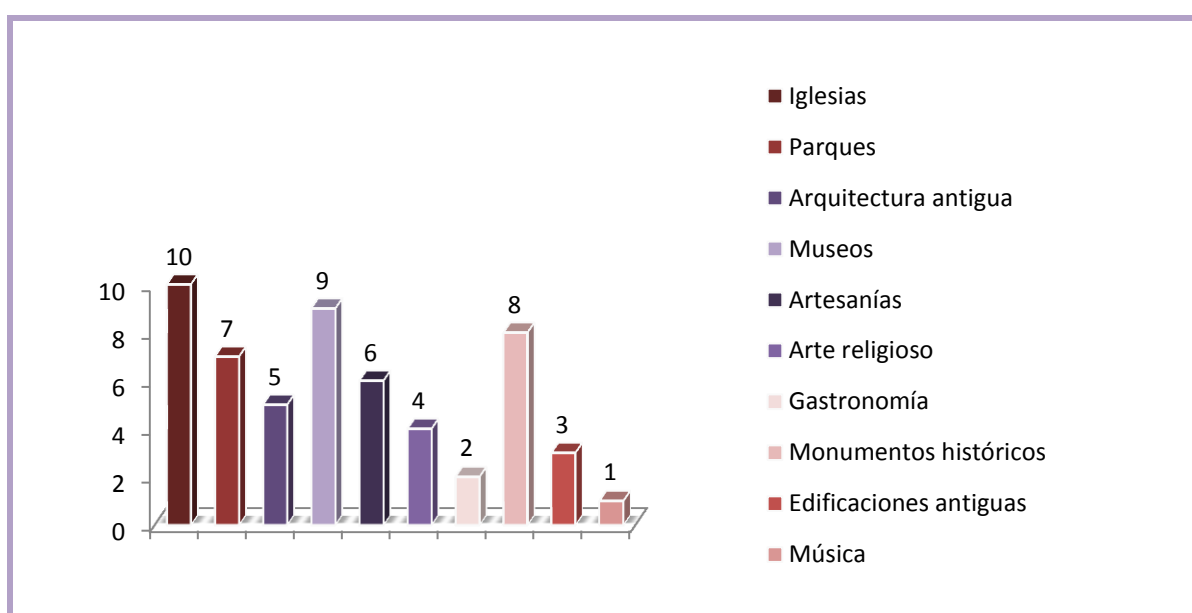
Elaboración: Diana Tamayo

Pregunta 18. Importancia de los atractivos culturales en el Centro Histórico

Según las encuestas realizadas a la ciudadanía se expuso que el atractivo cultural con mayor valor del 1 al 10, siendo 10 el más importante son las Iglesias con un porcentaje de 33%, seguido de museos con un 22%, en tercer lugar se encuentra los monumentos, en cuarto lugar los parques, seguido de las artesanías, arquitectura antigua, arte religioso, edificaciones antiguas, gastronomía y música, eso quiere decir que para el turista el valor cultural sí tiene importancia ya que indica que la población se preocupa por dar valor a la historia. Ver gráfico 46

Gráfico 46

Asignar la importancia de los atractivos culturales que se encuentra en el Centro Histórico, en una calificación del 1 al 10.



Fuente: Investigación de campo

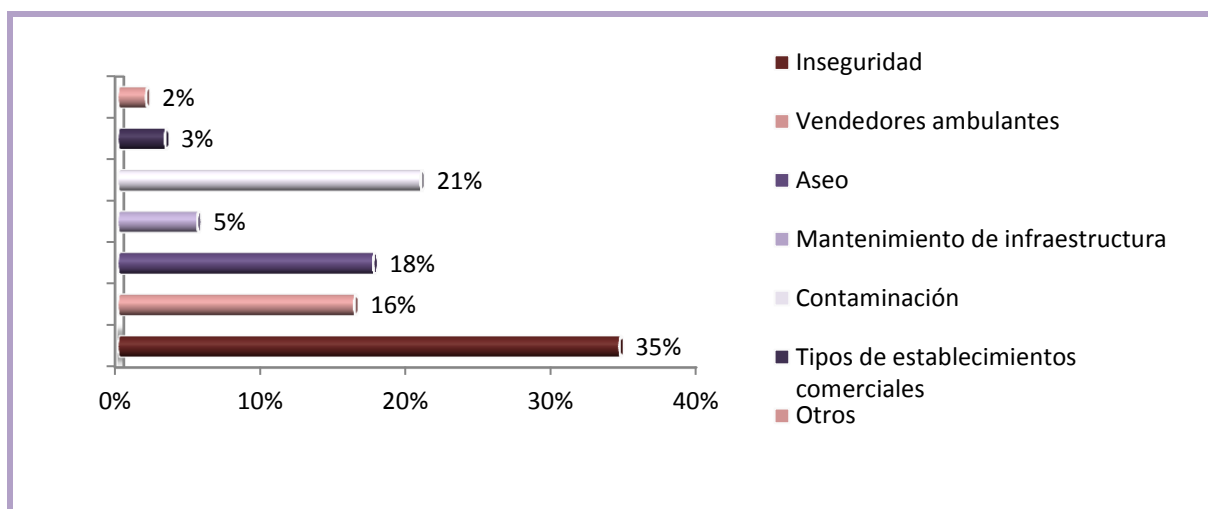
Elaboración: Diana Tamayo

Pregunta 19: ¿Cuáles considera que son los aspectos negativos de visitar el Centro Histórico?

De los encuestados consideran que los aspectos negativos de visitar el Centro Histórico de Quito son principalmente la inseguridad (35%), contaminación (21%), aseo (18%), vendedores ambulantes (16%), mantenimiento e infraestructura (5%), y tipos de establecimientos comerciales (3%), entre "otros" se encuentra acceso vial y parqueaderos. Ver gráfico 47:

Gráfico 47

Aspectos negativos de visitar el Centro Histórico



Fuente: Investigación de campo

Elaboración: Diana Tamayo

Pregunta 20: De los componentes socio culturales de la ciudad de Quito, ¿cuáles cree que gustaría más a los turistas? Asignar su apreciación según corresponda del 1 al 8

La ciudad cuenta con algunos componentes socioculturales, aparentemente la población demostró que los más significativos componentes con una asignación del 1 al 8, siendo 8 el más importante con un 35% artesanías, seguido con un 22% monumentos, con un 16,6% historia y leyenda, con un 15,5% a las fiestas religiosas y por último con una menor apreciación a deporte, fotografía, música y teatro. Ver gráfico 48

Gráfico 48

Componentes socioculturales que agradan a los turistas



Fuente: Investigación de campo

Elaboración: Diana Tamayo

Pregunta 21: ¿Puede indicar cuánto ha gastado o presupuesta gastar durante esta visita? (de forma individual, en dólares y por día) para extranjeros

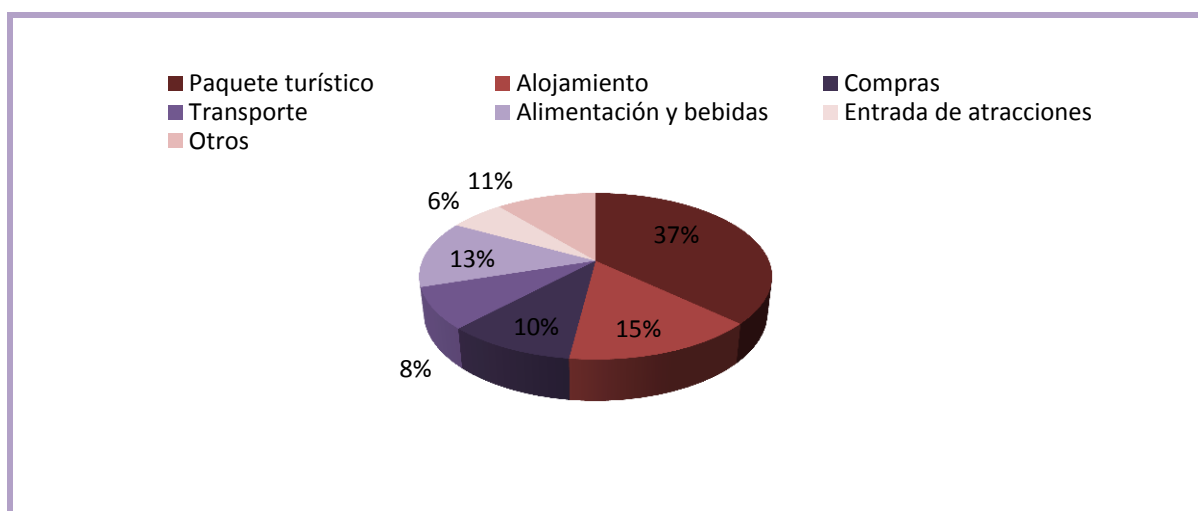
Para estimar el gasto medio por persona durante su estancia, se ha tomado en cuenta la suma total de los gastos totales de la visita del turista que incluye: alojamiento, transporte, paquetes turísticos, alimentación y adquisición de entradas a las atracciones culturales. Esto dio un total de \$1.532 dólares por turista.

Esta cifra corresponde con la estancia completa de los turistas, que se estima que el tiempo medio de permanencia de los visitantes no residentes en el Ecuador es de 20,7 días, por lo que dividiendo \$1.532 dólares por 20,7, se obtiene el gasto medio por persona y por día, esto es, \$74,01 dólares.

En cuanto al desglose de estos gastos, se aprecia que el mayor desembolso del presupuesto del turista se destina a los paquetes turísticos (37%), seguido de alojamiento (15%), en tercer lugar en comidas y bebidas (13%), en cuarto lugar compras (10%), transporte (8%) y por último en la adquisición de entradas a atracciones turísticas (6%) y en otros gastos (13%). Ver gráfico 49:

Gráfico 49

Gasto promedio durante la visita en porcentajes



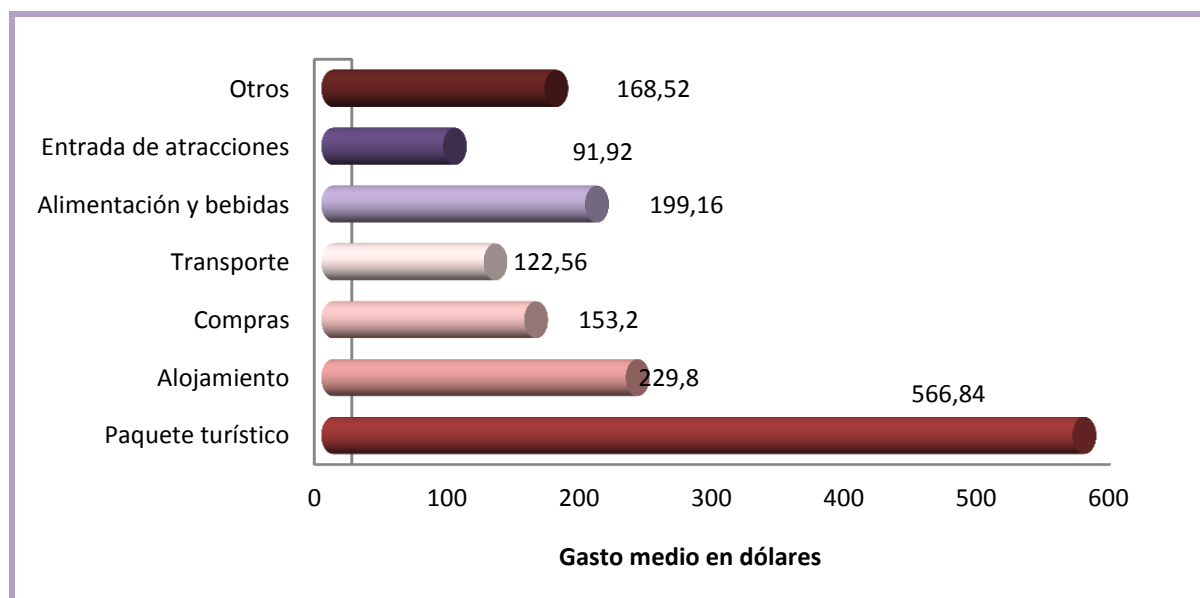
Fuente: Investigación de campo

Elaboración: Diana Tamayo

En el gráfico siguiente se aprecia que el mayor desembolso del presupuesto del turista extranjero en dólares se destina para: paquetes turísticos (566,84 dólares), seguido de alojamiento (229,8 dólares), en tercer lugar en comidas y bebidas (199,16 dólares), en cuarto lugar compras (153,20 dólares), transporte (122,56 dólares) y por último en la adquisición de entradas a atracciones turísticas (91,92 dólares) y en “otros” gastos (168,52 dólares). Ver gráfico 50:

Gráfico 50

Gasto promedio durante la visita en dólares y por persona



Fuente: Investigación de campo

Elaboración: Diana Tamayo

Pregunta 22: Acciones para incrementar la afluencia de los visitantes al Centro Histórico de Quito

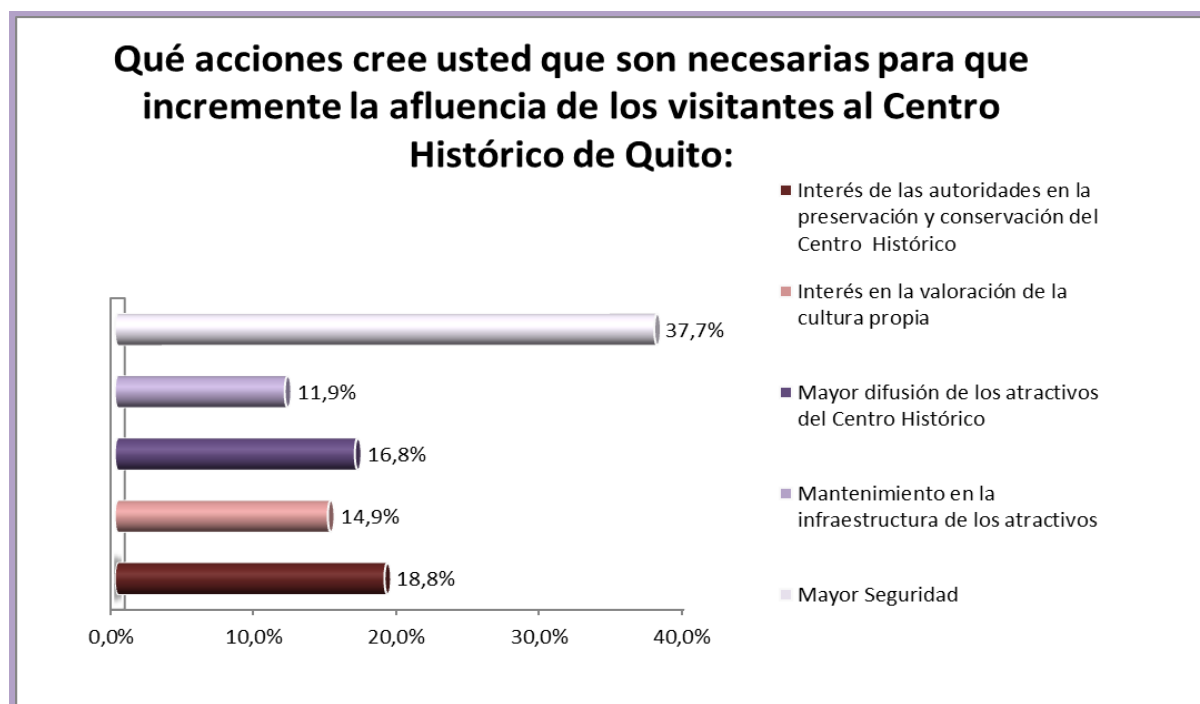
Con respecto a que exista mayor afluencia de turistas en el centro histórico.

- De los turistas el 38% dio a conocer que debe existir mayor seguridad en la ciudad,
- De los turistas que dijeron que debe existir mayor interés por parte de las autoridades en la preservación y conservación del centro representa el 19%,
- Otra parte cree que debe existir mayor difusión de los atractivos culturales, es decir, mayor promoción 17%,
- Según el 12% de turistas prefieren que se realicen mantenimiento en la infraestructura de los atractivos.

Ver gráfico 51:

Gráfico 51

Acciones para incrementar la afluencia de los visitantes al Centro Histórico de Quito



Fuente: Investigación de campo

Elaboración: Diana Tamayo

Pregunta 23: Definición de turismo cultural por los visitantes

En relación al concepto de “turismo cultural” hay una variedad de definiciones, sin embargo existe una gran coincidencia ya que la mayoría piensa que, turismo cultural es la “actividad de visitar o recorrer lugares para conocer la cultura y todas sus expresiones o manifestaciones artísticas”, un gran porcentaje también opina que turismo cultural se refiere a “conocer la historia de la cultura de los pueblos, así como sus costumbres y raíces”. Otro tipo de definición se relaciona con que el turismo cultural “es el movimiento de personas hacia atracciones culturales lejanas de su lugar de residencia con la intención de reunir nueva información y experiencias para satisfacer sus necesidades culturales”.

Por último opinan que el turismo cultural “es aquel que manifiesta un deseo de conocer y comprender los objetos, las obras, las manifestaciones artísticas, culturales y sociales de un destino, incluyendo la población local con la que entra en contacto”.

Pregunta 24: Proyectos para dinamizar el turismo cultural

En cuanto a la opinión de los encuestados, manifestaron:

- De los turistas el 50% opina que se debería implementar un proyecto que esté encaminado a la promoción y difusión del centro histórico para que la ciudadanía conozca lo que posee el país.

- De los encuestados el 40% opina que es importante la restauración y mantenimiento permanente de los atractivos, de esta manera se apreciaría y se daría mayor relevancia al patrimonio tanto dentro y fuera de la ciudad.
- Otro porcentaje con el 10% respondió que también es necesario hacer paquetes económicos de tours tanto para turistas nacionales como extranjeros, y promocionarlos en otros países.

Pregunta 25: ¿Para qué debemos cuidar el Centro Histórico?

Al preguntar a la ciudadanía para qué debemos cuidar el Centro Histórico respondieron:

- De los turistas un 50% piensa que es mejor preservar, y valorar el patrimonio cultural, demostrando que sí es importante la trascendencia sobre la identidad, y
- La otra mitad de turistas dejó ver que fomentar el turismo cultural dentro y fuera de la ciudad es significativo ya que se mejoraría la calidad de la vida de los propios habitantes creando así algunas fuentes de trabajo.
- Además es importante convertir en la ciudad en un ícono turístico, para que futuras generaciones disfruten de las riquezas y bellezas de la ciudad, incrementando de esta manera el turismo receptivo y así obtener mayores ingresos de turistas.

Conclusiones de la encuesta

Los resultados obtenidos en esta investigación aportan información sobre la tipología de las personas encuestadas, con esto, se permitió tener algunas aproximaciones acerca del valor que otorga el consumidor al patrimonio cultural.

El primer bloque de preguntas, el perfil sociodemográfico proporciona información necesaria para realizar estudios comparativos, las preguntas son sobre: lugar de residencia, sexo, edad, el nivel de estudios, profesión, actividad económica, ocupación; etc.

En el segundo bloque de preguntas se abordan las preguntas sobre la disposición a pagar en términos monetarios, es decir, en este caso se pedía la valoración estrictamente del consumo de ocio que justifica la realización de una visita a los lugares culturales con el fin de estimar los precios de entrada.

En el tercer bloque de preguntas del cuestionario tiene que ver con el medio de transporte utilizado, alojamiento, fuentes de información, el número de acompañantes, periodo de estancia y el tipo de vacaciones que realiza normalmente.

En el último bloque de preguntas del cuestionario tiene que ver con motivos de la visita, gustos y preferencias de los turistas; el grado de satisfacción alcanzado por el mismo y la importancia que estos sitios tiene en la vida cultural de la ciudad. Esto permitirá hacer estudios más claros acerca del comportamiento del consumidor cultural.

PARTE I: Perfil Sociodemográfico

Para analizar el perfil sociodemográfico de los turistas culturales se han realizado varias preguntas en el cuestionario sobre este aspecto. Empezando por el lugar de residencia, que indica que existe mayor interés por parte de los quiteños en el patrimonio de la ciudad (80,90%), un gran porcentaje de extranjeros (13,48%) también se interesan por el conocimiento del patrimonio cultural principalmente residentes de Europa, Norteamérica y Colombia y tan solo el 5,62% son residentes fuera de Quito como Guayaquil, Ambato, Ibarra y Cuenca.

Con respecto al género de los visitantes, se observa una mayoría de mujeres (63,67%) y de hombres (36%), lo que existe mayor interés por parte de las mujeres en el patrimonio cultural.

En cuanto a la distribución de la edad, predomina entre los entrevistados, el grupo de edad del turista entre 30-39 años (41%), seguido del segmento de 20-29 años (27%), al que le sigue el grupo de edad de 40-49 años (16,85%). Finalmente los de menor representatividad los menores de 19 años y mayores de 50 años.

Esto supone que el porcentaje acumulado del 50% de turistas culturales es joven de entre 20 a 39 años. Es significativo así mismo, el bajo número de visitantes menores de 19 años, inferior al 2%.

El comportamiento de este tipo de turista y, por supuesto, su edad, nos indica que son jóvenes, normalmente con familia estable y suele realizar visitas a los diferentes sitios culturales, ya sea en fines de semana o días festivos.

Como se puede apreciar el nivel educativo de los visitantes es medio-alto, ya que el (45%) tiene un nivel universitario. Sin embargo existen bastantes grupos de estudiantes que visitan sitios culturales (48%).

Según la situación laboral el 63% tiene trabajo remunerado principalmente con trabajos autónomos, seguido de estudiantes (14%), y amas de casa y jubilados con (23%) se debe a que tienen mayor tiempo libre.

PARTE II: La disposición a pagar del turista cultural

A partir de una de las preguntas del cuestionario, se trataba de averiguar la imagen que tienen los visitantes de los precios de la cultura en Quito, y así saber si la escena cultural de la ciudad es aceptable para los turistas.

En este contexto, la mayoría de los turistas (63%) están dispuestos a pagar un precio de entrada a un sitio cultural.

Un gran porcentaje (73,78%) considera los precios de las atracciones culturales como “normales”, se percibe que los costos de la visita a las atracciones culturales por parte de los encuestados son asequibles, y por tanto la cultura no tiene aires elitistas, y cualquier persona lo puede visitar.

Por eso, en el caso de las atracciones culturales, los precios tienen que transmitirse de una forma clara y directa, para que de esa forma, se estimulen los deseos de visitar productos turísticos culturales.

La mayor parte de los encuestados (52%) respondieron que pagarían por la entrada a un sitio cultural entre \$1,00 a \$2,00 usd, el (29,96%) respondió que pagaría entre \$2,01-\$4,00 usd, el (13,11%) respondió que pagaría entre \$4,01-\$6,00 usd, por lo que considero que los precios deberían de ajustarse al bolsillo del turista, es decir un precio no muy bajo ni tampoco tan alto, con esto se incentiva la visita de los turistas y tampoco existirían masas de gente que entran al mismo tiempo.

Sin embargo otro porcentaje de las personas encuestadas (37,45%) considera que no se debería cobrar por la asistencia a eventos o sitios culturales. La forma de financiar debería ser a través del Estado o mediante la intervención de organismos internacionales con donaciones.

De otro lado, los habitantes de la ciudad de Quito reflejan una preferencia por la utilización del Centro histórico, pero no hasta el punto de estar dispuestos a pagar más de lo que actualmente pagan, considerando además que una proporción importante de los que asisten a eventos culturales lo hace de manera gratuita, ya sea porque no se cobra por la entrada en feriados o porque recibe pases de cortesía. Se trataría, entonces de una preferencia que podría clasificarse, no en el nivel más alto en un índice de preferencias, sino posiblemente en un nivel medio.

También se pudo observar que los turistas que tienen mayor grado de formación o capital humano poseen una mayor capacidad de pago y una mayor voluntad de pagar por un sitio cultural mientras que los turistas que tienen un nivel de estudios inferior prefieren pagar lo mínimo incluso que fuera gratis la entrada a estos lugares de atracción.

PARTE III: Consumo cultural del turista cultural

El acceso de los visitantes culturales viene marcado en primer lugar por los medios de transporte que utilizan para sus desplazamientos. En el caso de Quito los turistas utilizan el transporte público (49%) principalmente para llegar a los diferentes sitios culturales, seguido del vehículo propio (33%), también los turistas prefieren descubrir las diferentes atracciones culturales paseando o caminando por la ciudad (13%) principalmente turistas extranjeros.

Según el alojamiento utilizado por turistas extranjeros y por turistas que viven fuera de Quito, prefieren hospedarse en casa de amigos y familiares (40%) para sentirse más cómodos y seguros, otro gran porcentaje de turistas culturales (31%) duermen en hoteles, seguido de turistas que se hospedan en hostales u otros lugares (25%).

En cuanto a los acompañantes durante la visita entre las diferentes respuestas dadas por los entrevistados, se aprecia que el realizar la visita acompañado de amigos o familiares es lo más común, con un porcentaje del (92%). Desde luego esto resalta el carácter integrador de la cultura y la interrelación de la gente en sus actividades de ocio. Con el grupo del tour, es la tercera respuesta, con (4,49%). Las visitas unipersonales aparecen en un cuarto lugar con un (2,62%), manifestando, el carácter independiente del turista cultural.

En este sentido, se puede concluir que cuando los turistas acuden a visitar sitios culturales de la ciudad lo hacen en familia.

El tiempo medio de permanencia de los visitantes no residentes es de 20,7 días ya que los extranjeros realizan turismo no solo “cultural” sino también turismo de “sol y playa” y “ecoturismo”. Los turistas nacionales fuera de Quito se quedan entre 3 a 7 días máximo principalmente aprovechan los feriados para disfrutar de su tiempo libre en familia.

El mayor conjunto de los turistas culturales (34%) organiza su viaje a través de consejos de “familia y amigos”, seguido de la utilización del Internet (20%), un grupo de turistas (9%) prefieren organizar el viaje a través de una agencia de viajes y guías turísticos para tener mayor orientación de los destinos turísticos por conocer y de los diferentes productos que brinda al turista.

Se pudo observar que falta mayor información por parte de las agencias de viaje sobre paquetes turísticos al centro histórico así como mayor incentivo del Municipio de Quito a la visita de lugares patrimoniales.

El tipo de vacaciones que normalmente realizan los turistas es de “sol y playa” (36%), y tan solo el (13%) realiza turismo cultural, lo que indica que a pesar de la gran variedad de sitios culturales en la ciudad de Quito la gente prefiere realizar otro tipo de turismo en diferentes ciudades, por lo que el turismo cultural realizado por los turistas al Centro Histórico es muy bajo y se requiere de mayor promoción cultural y mayor fomento de las actividades y lugares culturales por parte de las agencias de viaje y del Estado.

Parte IV. Motivaciones, gustos y preferencias del turista cultural; y opiniones sobre el turismo cultural.

El principal motivo de los turistas para visitar el Centro Histórico de Quito es para conocer más sobre la cultura a través de la visita a museos, iglesias, teatros, etc.; lo que indica que el turista tiene gran interés por aprender la historia y la cultura del país.

En base a las valoraciones obtenidas en las respuestas, se puede apreciar que los turistas prefieren más participar que contemplar atracciones culturales, puesto que califican más positivamente el hecho de “experimentar” que el hecho de “ser entretenido”.

De las atracciones visitadas en el centro histórico se encuentran museos e iglesias con el (48%), espacios históricos son el segundo tipo de atracción que más se visita o se visitará por los turistas culturales en Quito (13,64%), apreciándose el importante valor histórico, artístico, y arquitectónico visitan centros de artesanías, monumentos, teatros, galerías de arte, entre otros (33,34%).

Observando que los lugares históricos y religiosos son bien considerados por los turistas culturales durante su estancia ya que son de mayor importancia las iglesias y los museos con el 55%, seguido de monumentos, y las artesanías que son bien apreciadas por los turistas, así como, la música y gastronomía del lugar.

Los aspectos negativos de la visita al centro histórico son principalmente la inseguridad, la contaminación, el aseo en las calles, vendedores ambulantes, mantenimiento e infraestructura, aspectos que debería mejorar a través de la aplicación de medidas, disposiciones y la intervención del Estado dirigidas a potenciar el turismo en el Centro Histórico de Quito, el cual, logre una transformación del espacio urbano y de las actividades propias de esta centralidad urbana e histórica, así aumentaría el número de visitas al lugar y el interés por parte de los extranjeros por conocer nuestra ciudad.

La inseguridad es un tema de prioridad entre todos los actores ya sean civiles o entidades públicas y privadas, ya que varios turistas se ven impedidos de acceder a disfrutar del CH.

Salvar este espacio público social es un reto que de a poco se está dando con mayor protección policial, mayor iluminación en las calles y por ende la gente ya siente menos ese miedo de salir a las calles en la noche como en anteriores años.

Según los encuestados los componentes socioculturales que más interesan a la ciudadanía son las artesanías, monumentos, historia y leyenda, y en menor porcentaje se encuentra la fotografía y el teatro. Demostrando así, que si hay atracción por el turismo cultural, tomando en cuenta, esta respuesta debemos considerar mucho en difundir más el turismo cultural entre la ciudadanía.

Para estimar el gasto medio por persona durante su estancia. De manera global, la suma total de los gastos es de 74,01 por turista y por día.

En cuanto al desglose de estos gastos, se aprecia que el mayor desembolso del presupuesto se destina a paquetes turísticos (37%) realizado por extranjeros, seguido de alojamiento (15%), en tercer lugar en comidas y bebidas (13%), en cuarto lugar compras (10%), transporte (8%) y por último en la adquisición de entradas a atracciones turísticas (6%) y en otros gastos (13%). En suma, el consumismo tiene un impacto positivo en la economía, pues el turista traslada y deja renta en el destino de manera considerable y con miras de sostenibilidad.

De todo ello podemos concluir la importancia que deben tener en estas localidades la calidad del servicio y sobre todo la oferta, ya que el turista cultural extranjero suele tener una buena disposición económica y buenos gustos gastronómicos al momento de escoger su lugar de preferencia por visitar.

Al finalizar la encuesta se diseñaron unas preguntas de carácter abierto para que los visitantes expresaran de mejor manera sus pensamientos. Sin embargo, una parte bastante significativa de los entrevistados no respondieron a ninguna de las cuatro últimas preguntas de opinión, por lo que se han agrupado en ideas un poco más amplias las preguntas que sí fueron contestadas.

Entre las preguntas de opinión los encuestados creen que debe existir mayor seguridad, así como mayor cuidado por parte de las autoridades para que se incremente los visitantes al Centro Histórico. Una gran mayoría también mencionó que se debe implementar un proyecto que esté encaminado a la promoción y difusión del centro histórico para que la ciudadanía conozca lo que posee el país.

Uno de los objetivos por lo que es importante cuidar el patrimonio cultural de la ciudad es porque es importante convertir en la ciudad en un ícono turístico, para que futuras generaciones disfruten de las riquezas y bellezas de la ciudad, incrementado el turismo receptivo y así obtener mayores ingresos por parte de turistas.

A continuación se presenta las principales características de los residentes en Quito, de los visitantes que residen en el resto de Ecuador, y de los extranjeros:

Los residentes en Quito: La edad media de los visitantes de Quito corresponde en su mayoría con un público joven de 15 a 29 años (25%) y mayores de 40 años (15%).

Un elevado porcentaje de los visitantes locales ha cursado estudios primarios, secundario y universitario (60%).

Mayoritariamente, utilizaron el transporte propio, transporte local o bien en bicicleta un 25%, 15% y 2% respectivamente, y entre sus atracciones culturales más visitadas están los museos, iglesias, galerías de arte, teatros y cines. Los componentes socioculturales que les gusta más de la ciudad son “gastronomía”, “artesanías”, “música”, “museos” e “iglesias”, así como, “obras de teatro”. En cuanto a la imagen que tienen de su ciudad, existe mucha inseguridad y falta de aseo en el centro histórico empeora.

Visitantes que residen en el resto de Ecuador: Este grupo de visitantes nacionales está integrado por personas mayores, entre 30 y 49 años (20%). Más de la mitad de estos visitantes posee estudios secundarios y universitarios (50%).

Este tipo de turistas prefieren visitar atracciones culturales como museos, iglesias y monumentos.

El principal medio de transporte utilizado es mediante transporte público (20%) y automóvil propio (13%), y se alojan generalmente con amigos y familiares (50%) o casas propias (10%). La fuente de información que suelen utilizar para llegar al centro histórico son los “amigos y familiares” (30%), seguido de los centros de información turística” (18%) y de radio y TV. (12,9%). Sus vacaciones preferidas, son más de “sol y playa” o bien “visita a una ciudad” (50%). Los componentes culturales que les gusta más son las “iglesias”, “museos” y “artesanías”. Por último, los aspectos negativos que tienen de la ciudad es la “falta de información” por parte de las autoridades.

Extranjeros: Este segmento de turistas está compuesto por adultos mayores de 50 años en adelante (25%), seguido por personas jóvenes, de 20 a 29 años (20%), y mayores, de 30 a 39 años (15%). Su nivel educativo es muy alto, son licenciados y sobre todo con master y doctorados (80%). Las atracciones culturales que les gusta visitar son especialmente museos, monumentos y galerías de arte. El medio de transporte utilizado es “a pie” (30%) y transporte público (25%). Se alojan principalmente en “hostales” (45%), “hoteles” (33%) y en “casa de amigos o familiares” (10%).

Las fuentes de información que utilizan para llegar al centro histórico es a través de agencias de viajes (39,6%), las guías de viaje (32,1%), e Internet (40%).

Así mismo el tipo de vacaciones que prefieren son de carácter cultural o bien ecoturismo/naturaleza (50%). Los componentes que les gusta más de la ciudad son los “espacios históricos”, “centros de artesanías” y “arquitectura histórica”. Por último los aspectos negativos que ven de la ciudad son “vendedores ambulantes”, “contaminación” y “falta de mantenimiento en infraestructura”.

El gasto por viaje de la demanda turística relacionada con la cultura es grande debido al consumo diario en actividades por conocer el patrimonio cultural y por la estadía, esto equivale a \$74usd diarios.

Mecanismos para potenciar el turismo cultural

En el capítulo se va a dedicar a la función de la política cultural, del Estado como ente regulador de la ciudad, y a los organismos internacionales involucrados en materia a la hora de gestionar la cultura.

Throsby (2001: 101-104) sostiene que toda región, ciudad o país alberga valiosos sitios históricos, museos, galerías de arte, monumentos y emplazamientos a los que peregrinan innumerables turistas, del que representan un patrimonio del que hay una enorme y creciente demanda, merecedoras de conservación. El análisis económico puede abarcar desde las decisiones de asignación de recursos dentro de las instituciones culturales responsables de almacenar y exponer el patrimonio a cuestiones políticas relacionadas con la financiación y la gestión del patrimonio público nacional e internacional.

Para Throsby (2001:101-104), los gobiernos nacionales, regionales y locales son significativos beneficiarios del patrimonio cultural, en cuanto a propietarios y depositarios de una porción considerable del patrimonio mundial o en cuanto a reguladores o financieros que influyen a otros beneficiarios en este campo. El sector público ejerce diferentes funciones que debería determinar en el área del patrimonio. Es por eso que se dan algunas medidas políticas útiles como:

- Propiedad y control público de las instituciones, instalaciones y emplazamientos patrimoniales.
- Apoyo financiero para el mantenimiento, funcionamiento y restauración del patrimonio.
- Educar y proporcionar información a todas las personas para que se interesen por la conservación del patrimonio.
- Apoyar a determinadas campañas promocionales del turismo, incentivando el aumento de la demanda.

El mismo autor menciona que en toda política existen costes por la intervención gubernamental. En el caso del patrimonio estos costes serán los gastos administrativos y los costes de cumplimiento impuestos a empresas e individuos que tienen que adaptarse a las exigencias de la política. Abordando la cuestión de financiamiento de este patrimonio, la obligación de pagar para proteger el patrimonio debería ser del gobierno a través del pago de impuestos de las comunidades y las contribuciones de las comunidades internacionales a través de fondos de conservación del patrimonio cultural.

La responsabilidad de iniciar y gestionar diferentes mecanismos de financiación no debe ser solo del sector público sino también empresas privadas, organizaciones no gubernamentales y grupos de voluntarios (Throsby, 2001:101-104).

Como se refiere Zuleta (2003: 29-33), las políticas de conservación del patrimonio histórico deben partir del reconocimiento de varios hechos:

- Los recursos en una sociedad son, en general, escasos.
- Los mercados en que se mueven o transan bienes culturales, o los servicios provistos por ellos, no son eficientes en todos los casos, lo que dificulta que en esos aspectos el mercado se encargue de las tareas de proveer y conservar dichos bienes.

- El Estado tiene el compromiso para proveer bienes o conservar patrimonios que presentan características de bienes públicos o bienes meritorios cuando las valoraciones sobre ellos, realizadas por economistas y culturalistas, les otorguen un alto valor social y cultural.
- Una importante tarea del Estado es la de estimular la participación del sector privado en la tarea de conservación del patrimonio cultural, como también la imposibilidad de que el Estado posea todas las especialidades y habilidades que se requieren para las tareas de conservación.

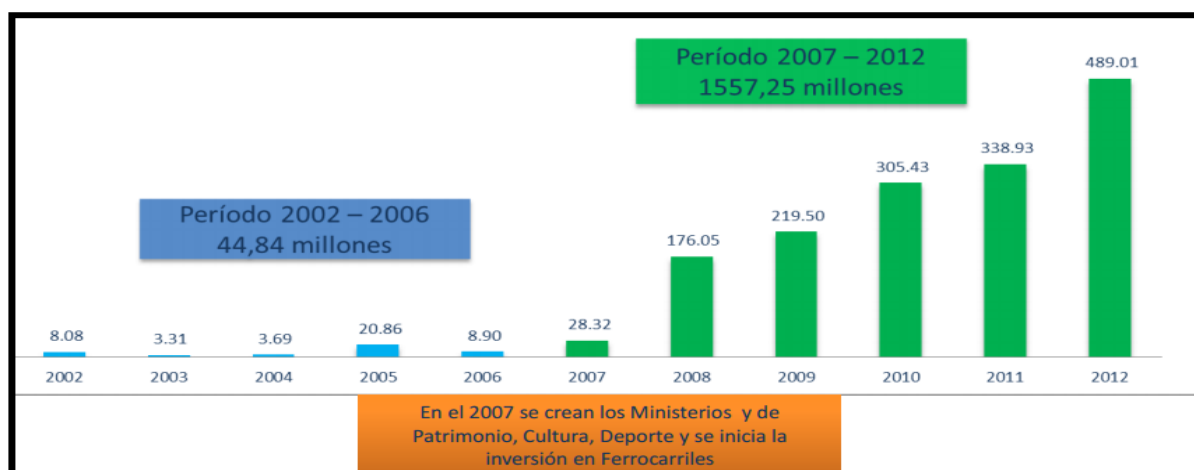
Participación del Gobierno, de los Organismos Internacionales, del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito y del Sector Privado

Sector Gubernamental

Las obligaciones contraídas por el Gobierno Nacional en inversión en el sector patrimonial del 2002 al 2012 muestran un aumento significativo, del 60% lo que demuestra el interés y el apoyo por parte del Gobierno en financiar programas culturales, véase el gráfico 52:

Gráfico 52

Comparativo de Asignación de Recursos al Sector Patrimonial



Fuente: Ministerio Coordinador de Patrimonio, 2012

Elaboración: Ministerio Coordinador de Patrimonio, 2012

Gasto total del Sector Patrimonio

Las entidades que conforman el Consejo Sectorial de Patrimonio han contribuido al sector patrimonial con un presupuesto de USD583, 42 millones de dólares para todo el sector, con un porcentaje devengado del 86,07%, lo que demuestra la importancia otorgada del sector patrimonial durante el año 2012, el cual ha sido superior en los últimos cuatro años. Las

entidades que más han contribuido ha sido la Corporación Ciudad de Alfaro (98%), el Consejo de Gobierno Galápagos (93,91%), Ministerio del Ambiente (91,98%) y el Instituto de Patrimonio Cultural (90,82%), como lo indica la tabla10:

Tabla 10
Gasto total del Sector Patrimonio

GASTO TOTAL SECTOR PATRIMONIO EN MILLONES DE DÓLARES			
Institución	2012		
	Codificado	Devengado	%
Ministerio del Deporte	142,02	122,1	85,95%
Ministerio de Cultura	48,36	41,7	86,23%
Ministerio del Ambiente	147,42	135,6	91,98%
Consejo de Gobierno de Galápagos	17,65	16,58	93,91%
Ciudad Alfaro	2,88	2,83	98,17%
Instituto de Patrimonio Cultural	12,93	11,75	90,82%
Ferrocarriles del Ecuador	162,88	143,6	88,18%
Ministerio Coordinador de Patrimonio	49,27	27,99	56,81%
Total	583,42	502,1	86,07%

Fuente: Ministerio Coordinador de Patrimonio, 2012

Elaboración: Ministerio Coordinador de Patrimonio, 2012

El presupuesto asignado para cada institución es ejecutado en proyectos de inversión. Las obras y acciones para la recuperación del patrimonio se financian con los recursos asignados que provienen del presupuesto general del Estado, el cual ha realizado grandes esfuerzos por la recuperación de bienes inmuebles patrimoniales, públicos y privados. Distinto a lo que ocurría en el pasado, ahora la protección y salvaguarda del patrimonio se lo realiza para beneficio de todos los ciudadanos (Ministerio Coordinador de Patrimonio, 2012: 20-22).

En el año 2007, en el Ecuador se crearon el Ministerio de Cultura y el Ministerio Coordinador de Patrimonio que considera a la cultura como un eje transversal del desarrollo, meses más tarde, el pueblo ecuatoriano aprobó mediante consulta popular la nueva Carta Magna de la República, en la que se reconoce al Patrimonio Cultural Inmaterial- PCI como objeto de salvaguarda del Estado (Arizaga Dora, Rivas Alex y Valdez Francisco 2008:52-53).

Se identifica los elementos que forman parte de este tipo de patrimonio en la Constitución de la República del Ecuador 2008 (Título VII, Capítulo primero, Artículo 379):

Art. 379.- son parte del Patrimonio Cultural tangible e intangible relevante para la memoria e identidad de las personas y colectivos y objeto de salvaguardia del Estado, entre otros:

1. Las lenguas, formas de expresión, tradición oral y diversas manifestaciones y creaciones culturales, incluyendo las de carácter ritual, festivo y productivo.

2. Las edificaciones, espacios y conjuntos urbanos, monumentos, sitios naturales, caminos, jardines y paisajes que constituyan referentes de identidad para los pueblos o que tenga valor histórico, artístico, arqueológico, etnográfico o paleontológico.
3. Lo documentos, objetos, colecciones, archivos, bibliotecas y museos que tengan valor artístico, arqueológico, etnográfico o paleontológico.
4. Las creaciones artísticas, científicas y tecnológicas.

En la actualidad el Gobierno nacional busca incrementar el patrimonio cultural y natural del Ecuador en un 30% hasta el 2013, y aumentar al 30% los bienes patrimoniales con acceso a la ciudadanía como base para el fortalecimiento de la identidad del pueblo ecuatoriano.

Estos objetivos son ejecutados por una serie de instituciones que conforman el Consejo Sectorial, presidido por la Ministra Coordinadora de Patrimonio (*“La identidad nacional, el patrimonio, el Plan del Buen Vivir y el Gobierno de la Revolución Ciudadana”*, párr.1).

En el mismo artículo se menciona las instituciones que conforman este Consejo Sectorial presidido por la Ministra Coordinadora de Patrimonio:

“Ministerio de Cultura, Ministerio del Ambiente, Ministerio de Deportes, Consejo de Gobierno de Galápagos, Corporación Ciudad Alfaro, Ferrocarriles del Ecuador Empresa Pública, Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, Educación Cultural Bilingüe y Dirección Nacional de Salud de los Pueblos Indígenas” (párr.2).

El artículo trata sobre los espacios públicos en el país, que debe potenciar y otorgar a la ciudadanía un sentido de participación igualitaria y activa en la construcción de proyectos colectivos que involucren los intereses comunes, junto con el fomento de la responsabilidad social y ciudadana.

Como se cita en el documento *“La identidad nacional, el patrimonio, el Plan del Buen Vivir y el Gobierno de la Revolución Ciudadana”*, los espacios públicos contribuyen:

Al conocimiento y al desarrollo de la cultura, las artes y la comunicación. Estos bienes públicos impulsan diálogos y favorecen la integración entre las personas y grupos sociales diversos que conforman la sociedad ecuatoriana, lo que da lugar a la libre expresión de creencias, actitudes e identidades. El Estado debe asegurar la libre circulación en lo público y crear mecanismos de revitalización de memorias, identidades y tradiciones, así como de exposición de las artes (párr. 6).

Es por ello que las acciones del Estado deben ir dirigidas a promover actividades recreativas e intelectuales entre todos los ciudadanos.

Según la Constitución Nacional de la República del Ecuador 2008 (Título II, Capítulo segundo, Artículo 21 al 25), se reconoce los derechos culturales y patrimoniales de los ecuatorianos:

Art. 21.- Las personas tienen derecho a construir y mantener su propia identidad cultural, a decidir sobre su pertenencia a una o varias comunidades culturales y a expresar dichas elecciones; a la libertad estética; a conocer la memoria histórica de sus culturas y a acceder a su patrimonio cultural; a difundir sus propias expresiones culturales y tener acceso a

expresiones culturales diversas. No se podrá invocar la cultura cuando se atente contra los derechos reconocidos en la Constitución.

Art. 22.- Las personas tienen derecho a desarrollar su capacidad creativa, al ejercicio digno y sostenido de las actividades culturales y artísticas, y a beneficiarse de la protección de los derechos morales y patrimoniales que les correspondan por las producciones científicas, literarias o artísticas de su autoría.

Art. 23.- Las personas tienen derecho a acceder y participar del espacio público como ámbito de deliberación, intercambio cultural, cohesión social y promoción de la igualdad en la diversidad. El derecho a difundir en el espacio público las propias expresiones culturales se ejercerá sin más limitaciones que las que establezca la ley, con sujeción a los principios constitucionales.

Art. 24.- Las personas tienen derecho a la recreación y al esparcimiento, a la práctica del deporte y al tiempo libre.

Art. 25.- Las personas tienen derecho a gozar de los beneficios y aplicaciones del progreso científico y de los saberes ancestrales.

Financiamiento del Ministerio de Turismo en proyectos de inversión según PLANDETUR 2020

Según el Ministerio de Turismo en su “Plan estratégico de desarrollo de turismo sostenible para Ecuador” (PLANDETUR 2020) lo que se busca es el desarrollo del turismo social y responsable bajo los principios de erradicación de la pobreza, equidad, sostenibilidad, competitividad, gestión descentralizada, y la creación de condiciones para que el turismo sostenible sea un eje dinamizador de la economía ecuatoriana.

Es por esto que el Ministerio de Turismo a través del (PLANDETUR 2020), cumple con algunas medidas y programas para los diferentes tipos de productos turísticos, para el caso del turismo cultural lo que se busca es:

Potenciar las actividades culturales y el rescate y protección del patrimonio histórico-cultural a través del apoyo a sus manifestaciones con respeto a las culturas y poblaciones locales.

Este tipo de medidas favorecen un intercambio cultural saludable y facilitan una mejor adaptación de la industria hacia un turismo de mejor calidad, con mayor educación e interés en el componente socio-cultural de la experiencia turística que aportan de manera integral a la sostenibilidad del sector “*Plan estratégico de desarrollo de turismo sostenible para Ecuador*” (PLANDETUR 2020:87-88).

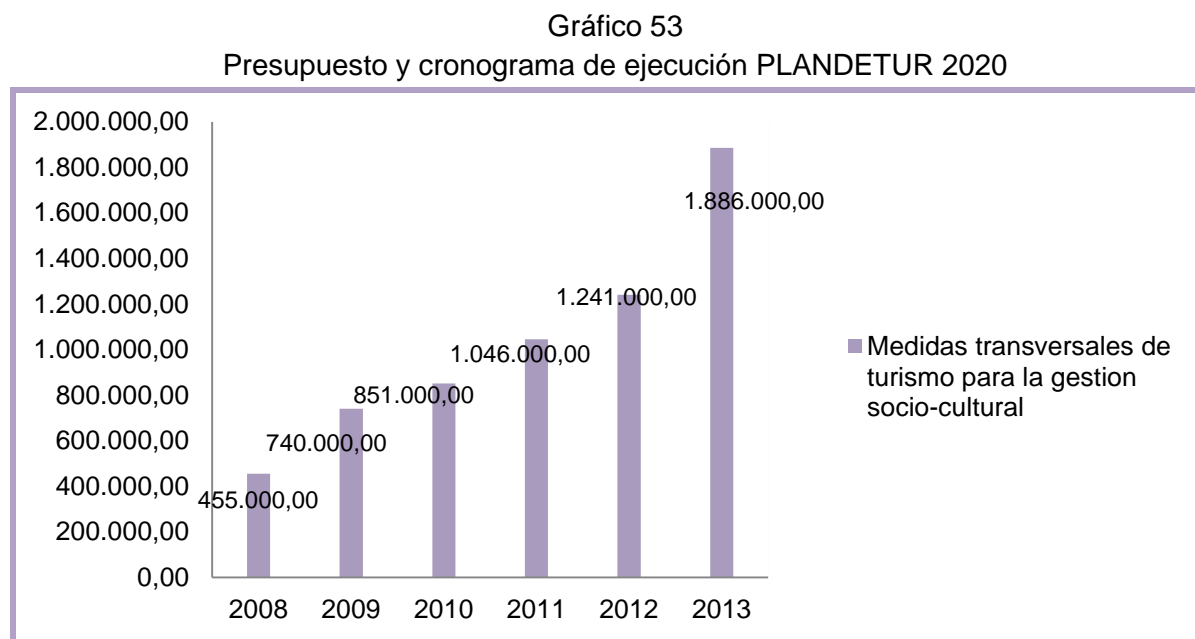
A un nivel macro, estos elementos socio-culturales deben fortalecerse a través de la participación coordinada de los actores público, privado y comunitario a través del fortalecimiento institucional, la cooperación interinstitucional, el fortalecimiento de instancias de veeduría y control ciudadano en las distintas zonas geográficas del país, hacia la constitución de Organismos de Gestión de Destinos, que tendrán bajo su responsabilidad la

inclusión de las variables sociales y ambientales en la gestión de los recursos para orientar el desarrollo del turismo sostenible “*Plan estratégico de desarrollo de turismo sostenible para Ecuador*” (PLANDETUR 2020:87-88).

Para ello los proyectos que el Ministerio desea implementar son:

- Turismo Social y Ocio como un Derecho Ciudadano.
- La recuperación, revalorización y desarrollo del Patrimonio Pluri – Cultural, histórico e intangible desde el Turismo Sostenible. Que contribuyen al respeto a la diversidad cultural de las poblaciones y el manejo armónico de paisaje donde se desarrollan las actividades turísticas.
- Sistema Nacional de Expresiones Culturales para Turismo (artesanía, música, folcklore). Se trata de apoyar la puesta en valor de proyectos de expresiones culturales, y su adecuación para ser incorporados dentro de los paquetes turísticos que se ofrecen en el país, con énfasis en territorialidad.

A continuación el presupuesto ejecutado por el Ministerio de Turismo en programas de desarrollo cultural, véase el gráfico 53:



Fuente: MINTUR- Plandetur 2020. Plan estratégico de desarrollo de turismo sostenible para Ecuador

Elaboración: MINTUR- Plandetur 2020. Plan estratégico de desarrollo de turismo sostenible para Ecuador

Se puede observar que el año 2008 al 2013 el presupuesto otorgado por el Ministerio de Turismo para el turismo cultural y desarrollo de la cultura se ha incrementado un 315% de \$455.000,00 USD a \$1.886.000,00 USD y en los dos últimos años se ha incrementado un 52%, lo que indica un mayor apoyo por la actividad cultural.

Financiamiento del Ministerio Coordinador de Patrimonio en proyectos de inversión cultural para el año 2011-2012

Las diferentes actividades que el Estado destina en proyectos de inversión para el Ecuador a través del Ministerio Coordinador de Patrimonio se resume en proyectos del “Programa Operativo Anual” POA 2011 y 2012, el cual cumple con los objetivos de gestión institucional que potencia la riqueza de su diversidad para el buen vivir de los ciudadanos, que implicó una inversión para el 2011 de \$18.941.235,00 USD y una inversión para el 2012 de \$23.467.946,31 USD. Véase tabla 11:

Tabla 11
Programa Operativo Anual 2012

PROYECTOS	PRESUPUESTOS USD	
	2011	2012
Ciudades Patrimoniales del Ecuador	737.860,00	1.756.743,76
Plan Vive Patrimonio	9.272.580,00	2.775.574,37
Inmuebles Patrimoniales Privados	1.715.700,00	2.534.250,72
Programa de Protección y Recuperación del Patrimonio Cultural SOS Patrimonio	7.215.095,00	16.401.377,46
Total	18.941.235,00	23.467.946,31

Fuente: Ministerio Coordinador de Patrimonio, 2013 (Programa operativo anual 2011 -2012)

Elaboración: Diana Tamayo

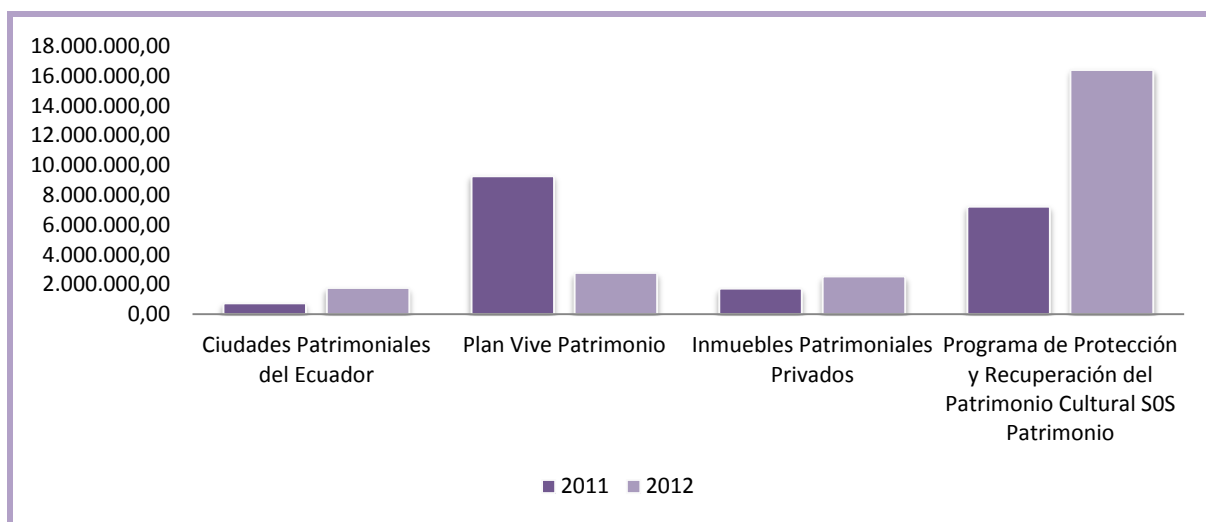
A continuación se detalla en que consiste cada proyecto de inversión que ha realizado el Estado para el año 2011 y 2012:

- Proyecto “Ciudades Patrimoniales” del Ecuador se realiza iniciativas para la protección, conservación y disfrute del patrimonio cultural, creando elementos de planificación, investigación y protección relacionados con la gestión de las ciudades y áreas patrimoniales.
El proyecto busca articular acciones interministeriales e intersectoriales para conservar y dinamizar el patrimonio cultural, con la participación de los sectores público, privado y comunitario (Ministerio Coordinador de Patrimonio).
- Proyecto “Vive Patrimonio”, que busca fomentar la conservación y uso social del patrimonio, a través de la creación de una política de financiamiento para proyectos patrimoniales integrales generados desde el sector público y privado del territorio nacional, a fin de, fortalecer la identidad y recuperar la memoria de los ecuatorianos y ecuatorianas del patrimonio, y para dinamizar las economías locales desde el sector patrimonial.
“Esta iniciativa tiene por objeto la implementación de iniciativas o ideas de negocio que busquen el fomento de la industria cultural, e impulsen al patrimonio como motor de desarrollo económico y productivo local, regional y nacional” (Ministerio Coordinador de Patrimonio).

- Proyecto “Rehabilitación de Inmuebles Patrimoniales Privados” de acuerdo a los datos del registro de inventario de inmuebles patrimoniales, llevado a cabo por el Decreto de Emergencia, el 96%, correspondiente a 19.162 unidades, se encuentra en manos privadas, de los cuales 9.506 bienes están dispuestos en las ciudades de la Red de Ciudades Patrimoniales. La situación física de los inmuebles patrimoniales a nivel nacional es crítica presentando un 60% de inmuebles en situación deteriorada. El proyecto tiene como finalidad la implementación de un programa de incentivos que promuevan la recuperación y conservación de los bienes inmuebles privados del patrimonio, orientado a dinamizar las economías locales y a mejorar las condiciones de habitabilidad de los ecuatorianos y ecuatorianas (Ministerio Coordinador de Patrimonio, 2012:48).
- Proyecto “Plan de Recuperación del Patrimonio Cultural del Ecuador SOS” llevó a cabo la identificación, registro y salvaguardia de aproximadamente 80000 bienes culturales de un estimado de 3000.000 que posee el país entre patrimonios inmateriales: tradiciones y expresiones orales, artes del espectáculo (danza, teatro, música), técnicas artesanales tradicionales; patrimonios materiales: muebles (pintura de caballete, mural, escultura, entre otros), inmuebles (arquitectura monumental, plazas, parques, cementerios, puentes y carreteras), y documentales (fotográficos, fílmicos, fondos históricos) (Ministerio Coordinador de Patrimonio).

La mayor inversión patrimonial que el Ministerio ha realizado fue en el programa de “Protección y Recuperación del Patrimonio Cultural SOS” con un 70% del total del presupuesto del año 2012 superior al 2011 que fue de 39%, seguido del “Plan Vive Patrimonio” con un 12% del presupuesto e “Inmuebles Patrimoniales Privados” con el 11% del presupuesto para el año 2012, como se muestra en el gráfico 54:

Grafico 54
Presupuesto Anual 2011 y 2012



Fuente: Ministerio Coordinador de Patrimonio, 2013 (Presupuesto anual 2011-2012)

Elaboración: Diana Tamayo

“En el 2012 se extendió el plazo de este proyecto durante cinco años más. Hasta junio de 2012 se generaron 6000 empleos, existen 12 inmuebles recuperados, 257 obras de arte restauradas y finalmente se han registrado 17.000 bienes culturales patrimoniales de un total de 219.000 previstos hasta el 2017” (Ministerio Coordinador de Patrimonio, párr.6).

Financiamiento de Programas y proyectos del Ministerio Coordinador de Patrimonio para el año 2013

Los programas y proyectos del Ministerio Coordinador de Patrimonio busca continuar con el proceso que ha mantenido durante años para el 2013, lo que significa: emprendimientos patrimoniales, rehabilitación de sitios culturales, consolidación de productos turísticos, mejoramiento de espacios deportivos y recreativos, fomento de la identidad mediante el fortalecimiento de los valores culturales, históricos, patrimoniales e interculturales de la localidad; además de la planificación urbana y patrimonial, y la regulación y control de las normas.

A continuación en la tabla 12 se explica todo el proceso y siete proyectos que se están ejecutando para el año 2013 con una inversión de \$32.912.790,87USD:

Tabla 12

Programa Operativo Anual 2013 del Ministerio Coordinador de Patrimonio

Ministerio Coordinador de Patrimonio Planes y programas en ejecución Año 2013				
AREA	META	OBJETIVO	MONTO USD	PLAZO
Implementación segunda fase del plan de protección y recuperación del patrimonio cultural del Ecuador	7 obras en Bienes Culturales Patrimoniales concluidas	Mejorar el estado de conservación de los Bienes Culturales y Patrimoniales (BCP) en el Ecuador, así como a proteger y conservar el Patrimonio Cultural, para el uso y disfrute de las actuales y futuras generaciones.	9.789035,5	31/12/2013
Ciudades Patrimoniales del Ecuador	12 Gobiernos Autónomos Descentralizados GAD Municipales que cuentan con financiamiento para proyectos integrales. 12 espacios públicos revitalizados a nivel nacional para el acceso ciudadano.	Innovar en la gestión de las Ciudades Patrimoniales, desarrollando espacios para el Buen Vivir, a través de proyectos que contemplen el mejoramiento físico del entorno urbano; el desarrollo económico y social; la afirmación de valores de identidad y el fortalecimiento municipal.	15.252.497,96	31/12/2013
Socio Patrimonio	50 emprendimientos fortalecidos y 43 municipios con financiamiento para proyectos integrales de rehabilitación y puesta en valor de inmuebles patrimoniales públicos	Contribuir al financiamiento de proyectos integrales de conservación y dinamización patrimonial de los Gobiernos Autónomos Descentralizados en el marco de la política pública patrimonial.	2.039.936,49	31/12/2013
Inmuebles Patrimoniales	300 viviendas patrimoniales privadas intervenidas en 13 territorios	Fortalecer la identidad nacional a través de la implementación de un Proyecto de incentivos y financiamiento que promueva la recuperación y conservación de los bienes inmuebles privados del patrimonio cultural; orientado a dinamizar las economías locales.	2.669.567,70	31/12/2013
Inmaterial culinario	500 emprendimientos generados y fortalecidos 3 instrumentos generados para la gestión patrimonial	Recuperar y potenciar el patrimonio inmaterial de la gastronomía tradicional ecuatoriana como un recurso estratégico en aporte al fortalecimiento de las identidades	982.828,48	31/12/2013
Impulso de Negocios Inclusivos	<ul style="list-style-type: none"> • Mejorar las áreas por las que transita el ferrocarril ecuatoriano en lo referente a servicios básicos, oferta turística y condiciones de vida de la población. • 30% de incremento en los ingresos de la población vinculada a negocios inclusivos, al finalizar la ejecución del Proyecto 	Mejorar la calidad de vida de las poblaciones asentadas en el área de intervención del ferrocarril ecuatoriano, mediante el impulso y el fortalecimiento de actividades productivas y de servicios vinculadas al turismo, la promoción, uso social y puesta en valor del patrimonio natural y cultural.	1.601.248,00	31/12/2013
Programa de Desarrollo y Diversidad Cultural	<ul style="list-style-type: none"> *27 comunidades integradas a los proyectos *20 GAD capacitados *29 emprendimientos productivos culturales generados y/o fortalecidos *2.900 beneficiarios *58 empleos directos generados 	Generar espacios de reflexión y acción pública, que incluyan el fortalecimiento de marcos normativos, institucionales, la implementación de políticas públicas y el desarrollo de emprendimientos culturales.	577,676.74	31/12/2013

Fuente: Ministerio Coordinador de Patrimonio, 2013. (Parámetros aplicables a la información de planificación institucional)

Elaboración: Ministerio Coordinador de Patrimonio, 2013 (Parámetros aplicables a la información de planificación institucional)

Sin embargo el 8 de mayo del 2013 el Gobierno mediante decreto 1507 decidió suprimir el Ministerio de Coordinación de Patrimonio, que fue creado en marzo del 2007. Las competencias que le correspondían al Ministerio Coordinador de Patrimonio, relativas al sector de cultura serán asumidas por el Ministerio Coordinador de Conocimiento y Talento Humano.

En el mismo decreto, se cambia el nombre de Ministerio de Cultura a “Ministerio de Cultura y Patrimonio”, que junto con la Corporación Ciudad Alfaro se incorporarán como miembros plenos del Consejo Sectorial de Talento Humano y Conocimiento. Adicionalmente, el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural fue adscrito al Ministerio de Cultura y Patrimonio.

Todo esto debido a la necesidad de organizar de manera óptima las entidades del sector.

(El Ciudadano, 2013)

Financiamiento del Ministerio de Cultura en proyectos de inversión cultural para el año 2011-2012

1. Descolonización: implica revolucionar estos contenedores de memoria (bibliotecas, museos y archivos), reinterpretarlos y convertirlos en espacios interculturales, democráticos, modernos de acceso ciudadano. Los proyectos fueron:
 - Centros Interculturales Comunitarios equipados y con agenda cultural permanente.
 - Promoción de 124 fiestas y festividades cívicas, ancestrales, patrimoniales y tradicionales a lo largo del país.
 - Apoyo y creación de la política participativa de los Sistemas Nacionales de: Bibliotecas, Museos y Archivos.
 - Reorganización del acervo de la Biblioteca Nacional Eugenio Espejo.
 - Conservación y restauración de bienes culturales, fondos documentales y obras patrimoniales.
2. Derechos culturales: Son aquellos que garantizan el acceso individual y colectivo a los bienes y servicios de la cultura y a participar en ella en condiciones de igualdad, dignidad humana y no discriminación. Los proyectos fueron:
 - 164 auspicios para realizar, desarrollar y fomentar actividades académicas en el ámbito cultural.
 - Apoyo al circuito de Bienales en Quito, Cuenca e Ibarra.
 - Publicación del suplemento dominical Cartón Piedra.

- Producción de la Teleserie La Hoguera Bárbara para resaltar la vida y obra de Eloy Alfaro.
 - 78 festivales de diferentes expresiones artísticas.
3. Nueva identidad cultural contemporánea, los proyectos de inversión fueron:
- 28 funciones de Cine Ciudadano en diferentes provincias del país.
 - Participación de honor en la Feria Internacional del Libro de Bogotá y en las ferias de La Habana, Buenos Aires, La Paz, Lima y Guadalajara.
 - Promoción de 4.350 embajadores/as culturales.
 - Participación en el XVII Foro de Ministros de Cultura y encargados de políticas en América Latina y el Caribe en Bolivia.
- (Rendición de cuentas del Ministerio de Cultura, 2011:18-22).

El presupuesto de inversión del Ministerio de Cultura para el año 2011 y 2012 se presenta en la tabla 13:

Tabla 13
Presupuesto de inversión del Ministerio de Cultura

PROYECTOS	PRESUPUESTOS USD	
	2011	2012
Descolonización del saber y del poder,	6.713.873,00	6.378.654,03
Derechos culturales	2.174.933,00	2.535.787,00
Nueva identidad ecuatoriana contemporánea	2.947.900,00	2.519.941,00
Total	11.836.706,00	11.434.382,03

Fuente: Ministerio de Cultura, 2013 (Informe de rendición de cuentas año 2011-2012)

Elaboración: Diana Tamayo

Financiamiento del Instituto Nacional de Patrimonio Cultural en proyectos de inversión cultural para el año 2011 y 2012

Hace 34 años el Ecuador cuenta con el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural- INPC (Entidad del Sector Público), responsable de investigar, conservar, preservar, restaurar, exhibir y promocionar el patrimonio cultural del país y dar un uso adecuado del patrimonio material e inmaterial, de acuerdo a la Ley de Patrimonio Cultural expedida el 9 de junio de 1978 mediante Decreto Supremo No. 2600, así como de realizar políticas sectoriales para la gestión patrimonial (Instituto Nacional del Patrimonio Cultural [INPC], párr.2).

El INPC, realizó varias acciones que marcaron el inicio de una gestión más sólida en proyectos específicos de investigación y el reconocimiento oficial de manifestaciones como Patrimonio Inmaterial del Estado a partir del año 2001.

La gestión patrimonial obedece a un proceso de planificación que observa el sistema de valores (sociales, culturales, económicos, tecnológicos, y ambientales) con el objetivo de lograr que las necesidades de conservación coincidan con las estrategias de uso social y las dinámicas de desarrollo (Arizaga, et al 2008:52).

Bajo la dirección del Ministerio Coordinador de Patrimonio y con la participación del Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, se inició un programa de rescate y puesta en valor del patrimonio a nivel nacional que comprende: la dotación de seguridades a los bienes culturales en riesgo; la creación de un Sistema Nacional de Gestión de Bienes Culturales; y campañas de concienciación ciudadana para valorar el patrimonio.

En el marco del Decreto de emergencia se ejecutó el proyecto *Inventario Nacional de Patrimonio Cultural* “que levantó un registro de aproximadamente 80.000 bienes muebles, inmuebles, arqueológicos documentales e inmateriales, demostrando la importancia del patrimonio cultural del Ecuador” (*Informe del Decreto de Emergencia del Patrimonio Cultural*, 2008-2009).

Así es como el INPC realiza los inventarios del patrimonio material e inmaterial, para conocer, conservar y difundir nuestro patrimonio cultural. Con esto crea el Sistema de Información para la Gestión “ABACO” en el que se encuentra la información en módulos y puede ser utilizada para elaborar estadísticas, mapas, fichas programas y proyectos (Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, 2012:37-38).

Los proyectos que llevó a cabo el instituto para el 2011-2012 se detallan a continuación:

1. Investigación e innovación científica y conservación del Patrimonio Cultural

- Investigaciones sobre el Patrimonio Cultural (arqueología terrestre y subacuática, bienes culturales materiales e inmateriales y técnicas y tecnologías de conservación del patrimonio cultural).
- Restauración de 776 bienes muebles e inmuebles patrimoniales (Cementerio General de Guayaquil; Colegio Nacional Portoviejo y la Iglesia de la Virgen del Carmen de Rocafuerte).

2. Seguridad y control del Patrimonio Cultural

Seguridad patrimonial

- Capacitación de instituciones públicas vinculadas al control de tráfico ilícito, y comerciantes de obras de arte.
- Funcionamiento de la Unidad Especializada en Investigaciones de Delitos Contra el Patrimonio.

Control patrimonial

- 50 procesos judiciales a nivel nacional e internacional por incuria, robo, hurto y tráfico ilícito de bienes.
- 7 procesos administrativos para preservar el Patrimonio Cultural.

3. Complejo Arqueológico Ingapirca

4. Sistema Nacional de gestión de bienes culturales

- 121.715 fichas de registros e inventarios ingresadas al Sistema ABACO.
 - 216.339 bienes culturales identificados y catalogados desde el Banco Central al Ministerio de Cultura.
 - Capacitación a 70 municipios sobre el manejo del Sistema ABACO.
- (Rendición de cuentas del Ministerio de Cultura, 2011:24-28).

A continuación el presupuesto asignado para cada proyecto del INPC, ver la tabla 14:

Tabla 14
Programa Operativo Anual 2011 y 2012

PROYECTOS	PRESUPUESTOS USD	
	2011	2012
Investigación e innovación científica y conservación del Patrimonio Cultural	2.005.876,00	Proyecto ejecutado con fondos del Senescyt
Seguridad y control del Patrimonio Cultural	1.143.998,00	2.504.203,14
Complejo Arqueológico Ingapirca	608.160,00	892.049,78
Sistema Nacional de gestión de bienes culturales	853.269,00	1.374.202,39
Total	4.611.303,00	4.770.455,31

Fuente: Ministerio de Cultura, 2013 (Programa operativo anual 2011-2012)

Elaboración: Diana Tamayo

Organismos internacionales

Existen además instituciones internacionales que se responsabilizan directamente de la conservación del patrimonio, con diversas acciones. Entre dichas instituciones se encuentra:

- La UNESCO, promoviendo la realización de acuerdos entre países e impulsando investigación e intercambio.
- El Banco Mundial y el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), ha intervenido en la financiación de las tareas de conservación y en la realización de investigaciones, son entidades que han incorporado la cultura, como un elemento al desarrollo económico y social.

Como lo indica en su publicación Betsabe Zanlongo, sobre “Patrimonio Cultural Inmaterial” (s.f.), la UNESCO, tiene como misión contribuir a la paz y a la seguridad, colaborando entre las naciones mediante la educación, la ciencia y la cultura, a fin de asegurar el respeto universal a la justicia, la ley, los derechos humanos y las libertades fundamentales, sin distinción de raza, sexo, idioma o religión. La UNESCO lleva a cabo grandes esfuerzos en el

ámbito internacional en pro del fomento y la salvaguardia del patrimonio cultural, y el Patrimonio Cultural Inmaterial (PCI).

En el caso de Ecuador, la ciudad de Quito fue declarada “Patrimonio Cultural de la Humanidad” en 1978 por la UNESCO. Seis años más tarde, en 1984, el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural de Ecuador presentó la declaratoria del Centro Histórico de Quito como bien perteneciente al Patrimonio Cultural del Estado. Los criterios establecidos para la selección de los bienes culturales declarados patrimonio de la humanidad, e inscritos en la lista del Patrimonio Mundial, fueron los siguientes: el panorama, la ubicación geográfica de Quito, la cantidad, calidad del arte y la arquitectura colonial.

El reconocimiento por parte de la UNESCO como “Patrimonio Cultural de la Humanidad” representa para el ingreso del país una serie de proyectos relacionados con el patrimonio y el turismo cultural, así como el formar parte de la red de ciudades patrimonio del mundo y recursos para la inversión; además involucra compromisos con la comunidad internacional y de toda la población. La instancia coordinadora encargada es el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito a través del Fondo de Salvamento (FONSAL) en la actualidad conocido como el Instituto Metropolitano de Patrimonio Cultural de Quito (IMPC) creado a fines del 2010.

Por una parte, esta nominación permite promocionar a Quito ante el turismo nacional e internacional, proporcionando ingresos económicos tanto a instituciones públicas como privadas. Por otro lado permite evaluar la calidad de la oferta de servicios turísticos y atractivos que promociona la ciudad; fomentando el buen uso del CH, el respeto al patrimonio, al medio ambiente y al espacio público.

El Programa de inversiones propuesto por el BID, con la creación de una empresa del Centro Histórico (ECH) para ejecutar por mandato municipal los componentes del Programa “PLAN MAESTRO DE CONSERVACIÓN DEL CH” tenía como objeto la accesibilidad al CH, mejorar la calidad, el espacio público y proveer el equipamiento urbano. A estos efectos, el objeto del Préstamo BID-MDMQ/ECH, reza así:

Provisión de recursos para financiar el Programa de conservación y rehabilitación del Centro Histórico de Quito, que comprende tanto la ejecución de obras de rehabilitación de espacios y edificaciones de particular valor histórico y cultural, como la prestación de servicios especializados necesarios para devolver el área histórica, su importancia funcional, revitalizar las actividades comerciales y de servicios tradicionales, promover el correcto uso de los edificios públicos y privados, y convertirla en un espacio turístico más atractivo para el visitante interesado en su acervo histórico y cultural (*Rehabilitación del Centro Histórico de Quito*, 2009:1).

El Programa tiende, a estimular el turismo generador de riqueza, de imagen-país y de empleo, la rehabilitación urbana y la conservación histórica, ayudando a detener el deterioro urbano.

En este año 2012 el Ecuador financió la protección del patrimonio cultural con apoyo del BID a través de un préstamo realizado por éste por US\$37,8 millones que sirvió para el financiamiento de 300.000 bienes culturales y varias intervenciones de recuperación patrimonial.

El programa que fue puesto en marcha por el Ministerio Coordinador de Patrimonio, prevé la implementación de cerca de 10 grandes proyectos de recuperación patrimonial en varias ciudades ecuatorianas.

“El INPC ha estimado que existen actualmente 3 millones de bienes culturales patrimoniales materiales, de los cuales se encuentran registrados solamente el 2,7 por ciento” (*Ecuador fortalecerá la protección de su patrimonio cultural con apoyo del BID 2012*, párr. 3). Este bajo nivel de inventario impide a las autoridades tener información real sobre la magnitud y estado de los Bienes Culturales y Patrimoniales (BCP) lo cual, dificulta establecer políticas y programas, incluyendo medidas preventivas de protección y conservación en el país.

“Entre los bienes patrimoniales sin registro están más de 1.300.000 piezas de arte; 1.200.000 piezas arqueológicas; 40.000 bienes inmuebles; 15.000 sitios arqueológicos; 4.000 archivos institucionales; 2.000 colecciones documentales, 200 centros históricos; y 80 archivos históricos. Con los fondos del BID se espera incrementar a más de 300.000 los bienes culturales registrados, en los próximos cinco años” (*Ecuador fortalecerá la protección de su patrimonio cultural con apoyo del BID 2012*, párr. 4).

Inversión del Municipio Distrito Metropolitano de Quito (MDMQ)

De acuerdo con la entrevista realizada a la Sra. Margarita Llerena (Directora Técnica de Cultura) y al Sr. Manuel Silva (Director Administrativo) del Instituto Metropolitano de Patrimonio Cultural y al Sr. Washington Barreno (Director de Espacio Público de la Secretaria de la Cultura), sobre los proyectos del 2012 y la inversión del MDMQ al patrimonio cultural del CHQ, se pudo extraer que: han sido distintos los planes que se han implementado en el CH capitalino, a lo largo de las distintas administraciones municipales. El punto de partida fue la conservación del patrimonio cultural, que se dio como reacción al terremoto de 1987. Desde entonces el Municipio de Quito dio prioridad para el rescate de edificaciones emblemáticas en riesgo.

Se realizaron planes para el establecimiento de nuevos museos y centros culturales y la rehabilitación de algunos.

Hubo otra etapa en la que se ofreció una serie de proyectos habitacionales para atraer al centro a nuevos grupos de población. A la fecha, el 60% de las edificaciones patrimoniales de propiedad privada presentan procesos de deterioro y desolación, lo que se busca también es brindar una mejor calidad de vida para las personas que viven allí. Es por ello necesario que existan avances en los espacios públicos, movilidad y seguridad.

El plan incluyó proyectos a largo plazo así como una serie de proyectos emergentes. Para los proyectos emergentes se estima una inversión aproximada de \$83 millones financiado conjuntamente con aportes del MDMQ con un total de \$36.230.550,00USD, el Gobierno Nacional un total de \$37.050.000,00USD y la inversión de empresas privadas un total de \$10.000.000,00USD.

Mientras que en el mediano plazo se prevé una inversión de 675 millones de dólares, de los cuales 275 millones de dólares serán financiados por el Municipio de Quito, 320 millones de

dólares por parte del Gobierno Nacional y alrededor de 100 millones de dólares por el sector privado.

En el Anexo C y Anexo D se puede observar las inversiones en planes y programas que el Municipio de Quito llevó a cabo para el año 2012 con un total \$78.533.249,44 USD y sus respectivas actividades.

A pesar de que varias administraciones municipales han invertido en programas para el CHQ en los últimos años se mantiene aún un constante deterioro y problemas debido a factores ambientales, sociales, déficit de infraestructuras, servicios, equipamientos, deterioro de las edificaciones patrimoniales que está vinculado con las actividades turísticas y comerciales y la disminución del uso habitacional en unos sectores y la densificación en otros, y la poca demanda del público que incentive el uso de la cultura (Distrito Metropolitano de Quito-Plan de Desarrollo 2011:140-144).

A partir del año 2012 el Distrito Metropolitano de Quito ha estado realizando la planificación del desarrollo para un período de diez años (2012 – 2022) con políticas, programas y metas por cumplir que consiste en la protección y recuperación del patrimonio cultural. La creación de mecanismos para el soporte económico y mantenimiento a los bienes patrimoniales es fundamental para garantizar su preservación, rentabilidad y prevenir el abandono, o mal uso del bien, además lo que se busca es el uso equitativo del espacio público y/o bien patrimonial por las diferentes culturas y grupos sociales (Distrito Metropolitano de Quito-Plan de Desarrollo 2011:140-144).

Por ello se plantea el desafío de generar programas y proyectos destinados a recuperar el valor de uso socio cultural de los espacios públicos y/o bienes patrimoniales. A continuación se presenta los programas, objetivos y metas que el MDMQ propuso para el año 2012 al 2022 en la tabla 15:

Tabla 15

Programas, Objetivos y Metas para el año 2012-2022 del MDMQ

PROGRAMA	OBJETIVO	META
Creatividad, memoria y patrimonio	Facilitar el desarrollo de la capacidad creativa y la valoración de la memoria histórica y del patrimonio	<p>* Promoción y fortalecimiento de los procesos de creación, formación, producción, distribución, circulación, y consumo de los bienes y servicios culturales.</p> <p>* Se planifican y ejecutan agendas culturales anuales del Distrito, que recogen todos los elementos de la diversidad, multiculturalidad e identidad quiteña</p> <p>* Se incrementa en un 60% el tiempo que los ciudadanos dedican sus actividades culturales, a través de una oferta inclusiva</p>
Cultura en el espacio público	Promover el uso del espacio público para el encuentro, diálogo y convivencia intercultural en el Distrito	<p>* Se ha promovido la gestión cultural y solidaria en el espacio público, promoviendo la corresponsabilidad y autogestión</p> <p>* Se desarrollan circuitos culturales en el espacio público y se promueven redes culturales</p> <p>* Las agendas culturales identifican y definen con claridad las actividades en el espacio público para el encuentro, el diálogo y la convivencia intercultural</p> <p>* Aumenta un 75% el acceso equitativo y difusión de la oferta cultural</p>
Emprendimientos culturales comunitarios	Fomentar e impulsar las iniciativas de emprendimiento de los colectivos culturales en el Distrito	Aumentar en un 75% la actividad cultural en espacios públicos, comunas y los barrios
Fortalecimiento de la gestión cultural	Fortalecer las capacidades de los actores y gestores culturales del DMQ para definir políticas, planificar, implementar y evaluar la gestión cultural desde una visión regional	<p>* Incrementa en un 60% la producción cultural local</p> <p>* Se registra, documenta y socializa el 80% de la historia de las parroquias, barrios y comunas</p>
Equipamientos culturales	Garantizar la desconcentración de equipamientos culturales en el Distrito y promover la creación de nuevos referentes en zonas de la ciudad con carencia de infraestructura cultural	<p>* En el 2012 están en plena operación 35 centros de desarrollo comunitario</p> <p>* En el 2013 Quito cuenta con el Centro cultural más grande del Distrito en Quitumbe</p> <p>* Todos los espacios públicos revitalizados en el Distrito albergan actividades culturales permanentes</p> <p>* Se garantiza la sostenibilidad administrativa y operativa de las instituciones culturales municipales del DMQ</p>
Revitalización del espacio público y peatonalización del CHQ	Consolidar el Centro Histórico como espacio de encuentro y convivencia a través de la revitalización del espacio público	Se ha incrementado en un 35% el área y la superficie de espacios revitalizados en el CHQ
Inventario Patrimonial	Mantener y actualizar el inventario patrimonial del Distrito	Al 2013 se ha actualizado en 100% del inventario patrimonial y se realizan verificaciones y evaluaciones periódicas
Recuperación de Edificaciones Patrimoniales	Promover la recuperación de edificaciones patrimoniales por su valor y se han implementado planes integrales de uso	Se ha incrementado en un 35% el número de edificaciones patrimoniales recuperadas y protegidas
Programa Arqueológico DMQ	Sostener procesos de investigación e intervención en sitios con valor arqueológico en el Distrito	Se refuerzan de manera sistemática los procesos de investigación, intervención, mantenimiento, de los sitios arqueológicos del Distrito

Fuente: Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, 2012 (Plan de Desarrollo 2012-2022)

Elaboración: Diana Tamayo

Los elementos de patrimonio cultural son muy importantes en la ciudad para el turismo, por eso se tiene la tarea de cumplir con el programa de rehabilitación. Muchos de los elementos

de mayor interés se concentran en el casco colonial. En efecto, suman una serie de valores no solo arquitectónicos, sino también histórico-culturales y socioeconómicos. Entre estos se encuentran el Palacio de la Presidencia, la Plaza Grande, el Palacio Arzobispal, la Iglesia de la Compañía, la Iglesia de San Francisco, el Conjunto de Santo Domingo, el Banco Central, el Centro Cultural Metropolitano, el Antiguo Banco Central y el Observatorio, conventos, edificios, plazas coloniales (como La Ronda) y casas coloniales de grandes personalidades de la historia como Benalcázar y Sucre.

A continuación la lista de los elementos patrimoniales del CHQ en la tabla 16:

Tabla 16
Elementos Patrimoniales del Centro Histórico de Quito

Elementos Patrimoniales del Centro Histórico			
Número	Nombre	Número	Nombre
1	PLAZA DE LA INDEPENDENCIA	2	PALACIO PRESIDENCIAL
3	EDIFICIO PRESIDENCIAL	4	IGLESIA Y MONASTERIO DE LA CONCEPCIÓN
5	ANTIGUO HOTEL MAJESTIC	6	PALACIO ARZOBISPAL
7	EDIFICIO PEREZ PALLARES	8	PALACIO MUNICIPAL
9	CATEDRAL	10	EDIFICIO EMPRESA CENTRO HISTORICO
11	MUNICIPIO ADMINISTRACION ZONA CENTRO	12	PLAZA CHICA
13	C.C PASAJE VACA	14	IGLESIA DEL SAGRARIO
15	ANTIGUO CUARTEL DE LA REAL AUDIENCIA	16	ANTIGUA U CENTRAL
17	IGLESIA DE LA COMPAÑÍA	18	COLEGIO GONZAGA
19	PLAZOLETA BENALCAZAR	20	CASA DEL TORO
21	HOSTAL PATIO ANDALUZ	22	ANTIGUO CIRCULO MILITAR
23	CASA DE LOS PRESIDENTES	24	IGLESIA DE SAN AGUSTÍN
25	TEATRO BOLIVAR	26	ANTIGUO COLEGIO SAN FERNANDO
27	ARCHIVO HISTORICO DEL BANCO CENTRAL	28	MUSEO MARIA .AUGUSTA URRUTIA
29	MUSEO CASA DE SUCRE	30	ANTIGUO EDIFICIO DEL BANCO CENTRAL
31	CONJUNTO DE SAN FRANCISCO	32	IGLESIA Y CONVENTO DE LA MERCED
33	MUSEO NACIONAL DE ARTE COLONIAL	34	CASA DE BENALCAZAR
35	IGLESIA DE SANTA BARBARA	36	IGLESIA Y MONASTERIO DE SAN JUAN
37	BASILICA DEL VOTO NACIONAL	38	MUSEO CASA DEL HIGO
39	IGLESIA Y MONASTERIO DEL CARMEN BAJO	40	PLAZA DEL TEATRO
41	PLAZOLETA MARIN	42	MONASTERIO E IGLESIA DE SANTA CATALINA

43	CONJUNTO DE SANTO DOMINGO	44	CASA PONCE
45	CENTRO COMERCIAL LA MANZANA	46	MUSEO DE LA CIUDAD
47	ARCO DE LA REINA	48	IGLESIA Y MONASTERIO DEL CARMEN ALTO
49	IGLESIA Y MONASTERIO DE SANTA CLARA	50	CAPILLA DEL ROBO
51	CASA DE LOS SIETE PATIOS	52	ANTIGUA CERVECERIA LA VICTORIA
53	IGLESIA DE SAN ROQUE	54	VIVIENDA SOLIDARIA DE SAN ROQUE
55	PLAZOLETA LA VICTORIA	56	CEMENTERIO DE SAN DIEGO
57	PLAZA Y CONVENTO DE SAN DIEGO	58	CONJUNTO EL TEJAR
59	ANTIGUO HOSPITAL MILITAR	60	COLEGIO MEJIA Y MUSEOS
61	ANTIGUO COLEGIO 24 DE MAYO	62	EL CHURO DE LA ALAMEDA
63	IGLESIA EL BELEN	64	OBSERVATORIO ASTRONOMICO
65	MONUMENTO A SIMON BOLIVAR	66	BANCO CENTRAL DEL ECUADOR
67	CASAS DE LA CALLE BRISEÑO	68	CASAS DE LA CALLE CALDAS
69	PLAZA E IGLESIA SAN BLAS	70	PLAZA BELMONTE
71	MUSEO DE MANUELA SAENZ	72	MUSEO ARCHIVO DE ARQUITECTURA
73	FUNDACION CASPICARA	74	PLAZA E IGLESIA DE SAN MARCOS
75	GUAMBROTECA	76	CAPILLA DE LOS MILAGROS
77	ESCUELA TALLER QUITO	78	CENTRO CULTURAL MAMA CUCHARA
79	BARRIO LA RONDA	80	AVENIDA 24 DE MAYO
81	CASA DE LAS TRES MANUELAS	82	HOSPICIO
83	IGLESIA DE SAN SEBASTIAN	84	PLAZA DE LA RECOLETA
85	IGLESIA DEL BUEN PASTOR	86	PANECILLO
87	CIMA DE LA LIBERTAD	88	ITCHIMBIA
89	GUAPULO		

Fuente: Instituto Metropolitano de Patrimonio Cultural, 2012

Elaboración: Diana Tamayo

En cuanto al tema de prioridad que es la seguridad en el CHQ, el Ministerio del Interior, conjuntamente con el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito (MDMQ), inician para este año 2013 la implementación del Plan de Seguridad Ciudadana para el Centro Histórico de Quito.

El plan de seguridad comprende los ejes de previsión, prevención y respuesta, lo que permitirá sostener la actual reducción de los índices de delitos en la zona colonial.

El Plan de Seguridad Ciudadana va a conseguir en un plazo corto la reducción de los asaltos y robos a personas, controlar el tráfico de drogas y su expendio en escuelas y colegios, así como disminuir o erradicar las riñas callejeras, optimizar la seguridad de escuelas y colegios que funcionan en el centro de la capital y trabajar para mejorar la relación ciudadana.

El Plan de Seguridad beneficiará directamente a más de 40 mil personas que habitan en el Centro Histórico de Quito, así como a cerca de 200 mil más que visitan diariamente esa misma zona, con fines turísticos.

Para ello la Alcaldía entregó dos Unidades Móviles de Vigilancia para el trabajo en el CH, vehículos que se encuentran con cámaras de vigilancia, pantallas de monitoreo de ojos de águila y un espacio para recibir denuncias, rendición de cuentas, y monitoreo satelital vehicular.

La Policía Nacional, con el apoyo de la Empresa Metropolitana de Seguridad y la Empresa Quito Turismo, brinda el servicio de Seguridad Turística conformada por miembros de la Policía Nacional.

La misión es garantizar y salvaguardar la seguridad física y los bienes de turistas nacionales y extranjeros (Ministerio del Interior, 2013).

Entre las soluciones para terminar con la inseguridad en la ciudad está el mejoramiento de la vigilancia de la policía nacional y metropolitana como ahora quieren lograr realizando patrullajes preventivos en lugares donde haya alta afluencia de turista, el mejoramiento de los canales de comunicación necesarios para reportar los actos de inseguridad y, el mejoramiento del ambiente urbanístico (físico) del sector.

Como mejoramiento urbanístico se considera al aumento de iluminación en los sectores considerados inseguros, con la finalidad de que el turista no sienta el temor de transitar por las calles.

Plan operativo anual 2012 del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito

Los proyectos y programas que ha llevado a cabo el MDMQ con respecto al desarrollo del CHQ y el fomento del turismo cultural para el año 2012, con la respectiva inversión que realizó la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico con ayuda del MDMQ se detallan a continuación:

1. Desarrollo del Centro Histórico

- Convertir al CHQ en un producto turístico cultural, fomentar a través de la promoción la inversión en actividades culturales y el buen uso de su patrimonio, el cual tuvo una inversión de \$130.125,38USD. Ver la tabla 17:

Tabla 17
Programa de Desarrollo y Gestión Turística

PROGRAMA	DESARROLLO Y GESTIÓN TURÍSTICA				
PROYECTO	DESARROLLO CENTRO HISTÓRICO				
OBJETIVO del proyecto	Impulsar el desarrollo turístico sostenible en el Centro Historico de Quito.	LOCALIZACIÓN	DISTRITAL:	Metropolitano	
			ZONA	Centro Histórico	
			BARRIO	Centro Histórico	
			CALLE	Centro Histórico	
PRESUPUESTO DE INVERSIÓN	130.125,38	FECHA INICIO (dd/mm/aaaa)	10/01/2012		
PRESUPUESTO DE GASTO		FECHA FIN (dd/mm/aaaa)	30/12/2012		
INDICADORES DE GESTIÓN					
NOMBRE DEL INDICADOR del Proyecto		FÓRMULA	META		
Numero de eventos culturales y turísticos implementados en el Centro Histórico de Quito		# de visitantes que llegan al Centro Histórico/# de eventos desarrollados	Convertir al Centro Histórico en un producto estrella de la Ciudad de Quito.		
MACRO ACTIVIDAD	PESO	PRODUCTO	FECHA INICIO (dd/mm/aaaa)	FECHA FIN (dd/mm/aaaa)	PRESUPUESTO
					MONTO total
Red de Iglesias	9,76%	Por lo menos 1000 guías turísticas elaboradas y distribuidas por lo menos al 50% del sector turístico	10/01/2012	31/12/2012	12.700,00
La Ronda Turística	59,50%	Implementación de por lo menos 8 Talleres artesanales vivenciales que contribuyan a la diversificación de la oferta de servicios en la Ronda	01/03/2012	31/12/2012	77.425,38
Noches Patrimoniales	30,74%	40 eventos Turísticos - culturales -artísticos en el 2012 que impulsen el desarrollo del Centro Histórico	01/01/2012	31/12/2012	40.000,00
Total	100.00%				130.125.38

Fuente: Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico, 2012. Plan operativo anual, (Secretaría General de Planificación)

Elaboración: Diana Tamayo

- Las diversas actividades consisten en el desarrollo de una guía informativa promocional en sitios culturales, capacitaciones a miembros del Sistema Metropolitano de Museos, mejorar la facilitación turística de diferentes lugares, y conocer sus noches patrimoniales, todo esto se llegó a cumplir en un 67% para finales del año 2012. Ver la tabla 18:

Tabla 18

Actividades y avances del programa de Desarrollo y Gestión Turística

AVANCES				CONTROL Y SEGUIMIENTO ANUAL	Meta numérica Anual 2012	Meta CUMPLIDA anual 2012
PROYECTO	PRODUCTOS	ACTIVIDADES	Metas intermedias	67%		
DESARROLLO CENTRO HISTORICO	Red de Iglesias	Gestión para la obtención de nuevos socios de la Red de Iglesias del CHQ	Por lo menos 950 guías turísticas elaboradas y distribuidas por lo menos al 50% del sector turístico	89,47%	950,00	850,00
			Al menos el 25% de Aumento en la cantidad de socios en el 2012 (cantidad: 2)	50,00%	2,00	1,00
			Desarrollo de una guía informativa promocional (pasaportes promocionales)	100,00%	8.000,00	8.000,00
		Desarrollo de capacitaciones a miembros de la Red de Iglesias del CHQ y Sistema Metropolitano de Museos	Por lo menos 20 personas de la Red de Iglesias del CHQ y Sistema Metropolitano de Museos se han capacitado durante el 2012	100,00%	1,00	1,00
				170,00%	20,00	34,00
	La Ronda Turística	Dinamización turística diurna en la zona de La Ronda (CHQ) como propuesta de desarrollo turístico	Implementación de la Iniciativa: Manos en La Ronda en un 100% en el 2012	35,71%	14,00	5,00
				60,00%	10,00	6,00
				78,57%	14,00	11,00
			La Ronda diversifica su oferta turística en las mañanas a través de la implementación de la iniciativa: Juguemos en La Ronda, articulando sus esfuerzos en al menos 3 proyectos existentes en el CHQ administrados por QT	50,00%	20,00	10,00
				66,67%	6,00	4,00
				0,00%	3,00	-
	Noches Patrimoniales	Actividades culturales en los Sábados de Noches Patrimoniales en el 2012	40 eventos Turísticos - culturales -artísticos en el 2012 que impulsen el desarrollo del Centro Histórico	84,67%	150,00	127,00
		Mejorar la facilitación turística de sitios identificados de interés primordial	2 sitios identificados de interés turístico primordial intervenidos en el 2012 con <u>facilitación turística</u> .	0,00%	1,00	-
			El 80% de satisfacción de visitantes en noches patrimoniales	50,00%	2,00	1,00
				71,43%	2,80	2,00

Fuente: Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico 2012. Plan operativo anual, (Secretaría General de Planificación)

Elaboración: Diana Tamayo

2. Promocionar al Distrito Metropolitano de Quito a nivel nacional e internacional

- Acciones en enfocar el turismo en la ciudad de Quito a nivel nacional e internacional a través de campañas promocionales y la participación en ferias y presentaciones en destinos Internacionales, el cual tuvo una inversión de \$1.346.897,06USD. Véase la tabla 19:

Tabla 19
Programa de Mercadeo y Promoción Turística

PROGRAMA		MERCADERO Y PROMOCION TURÍSTICA			
PROYECTO		PROMOCION DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO			
OBJETIVO del proyecto	Promocionar al Distrito Metropolitano de Quito a nivel nacional e internacional, segmento MICE.		LOCALIZACIÓN	DISTRITAL:	Metropolitano
PRESUPUESTO DE INVERSIÓN	1.346.897,06		FECHA INICIO (dd/mm/aaaa)	01/01/2012	
PRESUPUESTO DE GASTO			FECHA FIN (dd/mm/aaaa)	31/12/2012	
INDICADORES DE GESTIÓN					
NOMBRE DEL INDICADOR del Proyecto			FÓRMULA	META	
Visitantes en la ciudad, por mercados Plan Q (incluidos Ecuatorianos). ESTANCIA MEDIA PROMEDIO del visitante de Quito			# de visitantes/ mercado; #número de noches/visitante	Acciones enfocadas a posicionar al Distrito Metropolitano de Quito a nivel nacional, internacional y segmento MICE.	
MACRO ACTIVIDAD	PESO	PRODUCTO	FECHA INICIO (dd/mm/aaaa)	FECHA FIN (dd/mm/aaaa)	PRESUPUESTO
					MONTO total
PROMOCION MERCADOS internacionales principales	50,87%	PROMOCION MERCADOS internacionales principales: 1. Norteamérica (Estados Unidos y México) 2. Europa (España, Reino Unido, Alemania)	01/01/2012	31/12/2012	685.171,37
PROMOCION MERCADOS internacionales: mercados vecinos y Regionales (2h y 4h):	0,00%	PROMOCION MERCADOS internacionales: mercados vecinos y Regionales (2h y 4h): mercados vecinos 2h: Colombia y Perú Mercados regionales 4H: Brasil, Argentina y Chile	01/01/2012	31/12/2012	
Promoción especializada segmento MICE - RICE Reuniones, incentivos, congresos y eventos	6,30%	Promoción especializada segmento MICE - RICE Reuniones, incentivos, congresos y eventos mercados principales: Europa, Norteamérica, Mercados cercanos y regionales	01/01/2012	31/12/2012	84.858,74
Promoción en mercados NACIONALES	42,83%	Promoción en mercados NACIONALES: Guayaquil y Cuenca	01/01/2012	31/12/2012	576.866,95
Total	100%				1.346.897,06

Fuente: Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico, 2012. Plan operativo anual, (Secretaría General de Planificación)

Elaboración: Diana Tamayo

- Las actividades consisten en la promoción en mercados internacionales como EEUU, Alemania, UK y España, mercados vecinos como Colombia y Perú y mercados regionales como Brasil, Argentina y Chile, todo esto se llegó a cumplir en un 62% para el año 2012.

Metas:

- ✓ Tener una oficina de representación en los cuatro mercados internacionales ya mencionados.
- ✓ Participar en al menos cinco ferias internacionales en los cuatro mercados: EEUU, Alemania, UK y España para difundir los atractivos del DMQ y seguimiento de relaciones públicas.
- ✓ Inclusión de nuevos productos de Quito para tour operadores: 50% de publicaciones efectivas del total de operadores que han visitado Quito.
- ✓ Realiza una alianza estratégica con una aerolínea internacional que permita posicionar a Quito como destino a nivel regional.
- ✓ Promoción de Quito turismo a nivel nacional a través de ferias y exposiciones.
- ✓ Realizar por lo menos una reunión con las embajadas acreditadas en Quito para presentación del destino con miras de aumentar el número de eventos internacionales en la ciudad al 2015.
- ✓ Presentación en al menos dos destinos nacionales y una feria nacional
- ✓ Presencia de marca mediante publicidad en eventos
- ✓ Campaña de promoción de Noches Patrimoniales

(Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico- Secretaria General de Planificación).

3. Proyectos Turísticos sostenibles que contribuyen a la oferta turística del DMQ

- Para fortalecer el turismo en el DMQ a través de nuevas rutas, nuevos productos y paquetes turísticos, mejorando con esto la oferta turística e incentivar a la población a un mayor uso de los atractivos de la ciudad, con una inversión de \$213.865,14USD. Véase la tabla 20:

Tabla 20
Programa de proyectos turísticos sostenibles

PROGRAMA	DESARROLLO Y GESTIÓN TURÍSTICA				
PROYECTO	DESARROLLO DE PROYECTOS SOSTENIBLES				
OBJETIVO del proyecto	Desarrollar proyectos turísticos sostenibles que contribuyan la oferta turística del DMQ.		LOCALIZACIÓN	DISTRITAL:	
PRESUPUESTO DE INVERSIÓN	213.865,14		FECHA INICIO (dd/mm/aaaa)	10/01/2012	
PRESUPUESTO DE GASTO			FECHA FIN (dd/mm/aaaa)	25/12/2012	
INDICADORES DE					
NOMBRE DEL INDICADOR del Proyecto			FÓRMULA	META	
Proyectos turísticos sostenibles en el DMQ.			# de proyectos turísticos sostenibles/monto invertido	Por lo menos un proyecto turístico sostenible implementado y funcionando en el DMQ.	
MACRO ACTIVIDAD	PESO	PRODUCTO	FECHA INICIO (dd/mm/aaaa)	FECHA FIN (dd/mm/aaaa)	PRESUPUESTO
					MONTO total
Texturas y Colores	44%	Implementación de la IV Feria Texturas & Colores	10/01/2012	10/12/2012	93.365,00
Eventos y Rutas Turísticas culturales	56%	Rutas turísticas implementadas en el DMQ.	10/02/2012	31/12/2012	120.500,14
Nuevos productos turísticos y/o fortalecimiento de los existentes	0%	Producto turístico nuevo desarrollado	10/02/2012	31/12/2012	
Total	100%				213.865,14

Fuente: Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico, 2012. Plan operativo anual, (Secretaría General de Planificación)

Elaboración: Diana Tamayo

- Las actividades principales para este proyecto son crear rutas turísticas culturales principalmente en días feriados ya que son fechas en que la gente disfruta de su tiempo libre.
- Desarrollo de nuevos productos turísticos o fortalecimiento de los ya existente como el proyecto Quito Tour Bus que consiste en un servicio turístico que pretenden que el turista pasee más tiempo en el gran Centro Histórico, que a través de una alianza público-privada trabaja por ofrecer a los y las visitantes una oferta diversa a través de la cual se conozca la ciudad. Ver tabla 21:

Esto se llegó a cumplir en un 67% para el año 2012.

Tabla 21

Actividades del Programa de proyectos turísticos sostenibles

PROYECTO	PRODUCTOS	AVANCES		CONTROL Y SEGUIMIENTO	Meta numérica Anual 2012	Meta CUMPLIDA anual 2012
		ACTIVIDADES	Metas intermedias			
DESARROLLO DE PRODUCTOS TURISTICOS SOSTENIBLES	Texturas y Colores	IV Feria: Difusión	En el año 2012 la Feria texturas cuenta con un 10% más de visitantes.	66,67%	3,00	2,00
		IV Feria: Guía de artesanos		70,00%	1,00	0,70
		IV Feria: Desarrollo Feria		100,00%	50,00	50,00
	Eventos y Rutas Turísticas culturales	Inventario de atractivos del DMQ urbano y rural	2 zonas de interés turístico del DMQ (La Mariscal y CHQ) y 3 parroquiales rurales del DMQ son inventariadas	81,13%	5,30	4,30
		Rutas Turísticas: feriados: carnaval, verano, finados y fiestas de quito, sesenta y piquito, áreas protegidas zonas de interés turístico	Estructurar al menos 12 rutas turísticas en el 2012, operadas desde QT	66,67%	12,00	8,00
			Implementar al menos 22 operaciones de rutas turísticas diseñadas para el proyecto 60 y piquito del MDMQ en el 2012, operadas desde QT	63,64%	22,00	14,00
			Desarrollo de un calendario de actividades turísticas en el DMQ	100,00%	2,00	2,00
		Productos turísticos mejorados e innovados, rutas patrimoniales, paquetes nacionales, conciertos, productos especializados, producto golf, semana santa	Al menos 2 productos fortalecidos que se incluyen en los paquetes que ofrece el sector formal	50,00%	2,00	1,00
	Nuevos Productos Turísticos de ciudad y/o Fortalecimiento de los ya existentes	Desarrollo de Producto: QUITO TOUR BUS	28.800 personas son usuarios del bus turístico anual	113,08%	28.800,00	32.568,00
			20 beneficiarios directos con el proyecto Quito Tour Bus	80,00%	20,00	16,00
			300 beneficiarios indirectos con el proyecto Quito Tour Bus	50,00%	300,00	150,00
		Desarrollo de Producto: Teleférico	Incremento del 10% en el número de usuarios del Teleférico en base al 2011	90,91%	1,10	1,00
			Al menos el 90% de satisfacción en los usuarios que visitan el Teleférico	72,41%	2,90	2,10
			Al menos 10 beneficiarios directos	0,00%	10,00	-
			150 beneficiarios indirectos	0,00%	150,00	-

Fuente: Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico, 2012. Plan operativo anual, (Secretaría General de Planificación)

Elaboración: Diana Tamayo

Con el objetivo de fortalecer la identidad quiteña y promover el diálogo de diversas comunidades culturales, y la identificación de la historia del DMQ; se busca construir, mejorar, rehabilitar y conservar el patrimonio cultural del CH, así como recuperar su valor patrimonial perdido en el tiempo por la ciudadanía.

Sector Privado

Las entidades privadas que en la actualidad se encuentran prestando su aporte a la actividad turística y de manera especial ayudan y colaboran con la actividad turístico cultural de la ciudad de Quito para incrementar los conocimientos de la población se clasifican a continuación en:

- Asociación Ecuatoriana de Agencias de Viajes y Turismo (ASECUT)

Esta institución tiene como fundamento primordial el lograr un óptimo desarrollo de la actividad turística en el Ecuador.

Se encarga de llevar a cabo todo lo referente al control y evaluación de la gestión de todas las agencias de viajes existentes en el país.

Las agencias de viajes son las encargadas de buscar y mantener un nexo con los museos, iglesias, conventos, etc.; para elaborar paquetes turísticos que incluyan la visita a estos lugares y lograr que los visitantes conozcan, aprendan y respeten más la herencia cultural y artística.

- Asociación Ecuatoriana de Ecoturismo (ASEC)

La Asociación Ecuatoriana de Ecoturismo se ha caracterizado por buscar los nexos de unión más apropiados entre los sectores público y privado para enfrentar la problemática del desarrollo turístico en el Ecuador.

El objetivo fundamental es el de conseguir que el turismo de naturaleza, sea definido con fines científicos, educativos y recreacionales a las áreas naturales, a los recursos de flora y fauna, nativos y de culturas asentadas dentro de dichas áreas.

- Fundación Guayasamín

Esta es una de las fundaciones que mayor actividad cultural cumplen dentro de la ciudad de Quito, ya que sus administradores se han preocupado por buscar los nexos más apropiados con otras empresas, para poder cumplir con eficiencia su gestión.

La Fundación Guayasamín, exhibe objetos arqueológicos y de arte republicano de siglos pasados y las obras del afamado pintor Oswaldo Guayasamín dentro del denominado Museo de la Fundación Guayasamín.

- Agencia de Viajes Metropolitan Touring

Esta agencia de viajes y Turismo es una de las más representativas y de mayor prestigio dentro de la Industria turística en la ciudad de Quito.

Dentro de las actividades culturales que realiza en el campo turístico se encuentra la creación de un tour que engloba la visita de la mayoría de museos del centro histórico, el Banco Central y la Casa de la Cultura Ecuatoriana. A este se lo ha denominado “tour de Museos”.

- Asociación Nacional de Operadores de Turismo Receptivo del Ecuador OPTUR

Se constituye con el propósito de fortalecer el desarrollo integral de la operación turística, el turismo receptivo y de representar a sus miembros en todas las instancias de participación del sector turístico.

(Leticia, Mendoza 2002:63-65)

Análisis de la importancia de la inversión en turismo cultural por parte de entidades públicas, privadas, municipio y organismos internacionales

La relación que existe entre patrimonio cultural y economía ha adquirido un nuevo perfil en el contexto de la globalización debido a que los bienes y servicios patrimoniales no solo construyen valores que pueden fortalecer las identidades culturales y contribuir a la cohesión social, sino que también son factores de producción que pueden generar desarrollo económico y por lo tanto contribuirían al mejoramiento de las condiciones de vida de la población, y revalorización de la identidad territorial donde se genera (Revista del Ministerio Coordinador de Patrimonio, 2012:11).

Considerando a Quito, como Capital Americana de la Cultura, esta ciudad ofrece maravillosos lugares de atracciones culturales como los elementos culturales mencionados anteriormente y posee algunas de las manifestaciones de arte colonial en América más ricas y bien conservadas, razón por la que fue declarada por la UNESCO Patrimonio Cultural de la Humanidad. El atributo ha posicionado a la ciudad y al CH en la red de turismo cultural, ha posibilitado la generación de políticas públicas para la conservación de este espacio público y de entretenimiento. La declaratoria ha motivado al gobierno municipal a realizar una significativa inversión pública para atraer al turismo nacional e internacional. Así mismo ha contribuido a mejorar la imagen del centro y al mejoramiento de la oferta de servicios para la población.

Por lo mismo el patrimonio cultural debe constituirse como un producto más en la oferta turística y como un aporte a la actividad turística, posibilitando la creación de empleo, la reducción de la pobreza, la equidad de género, inversión, y el desarrollo económico (*“Rescate de tradiciones gastronómicas y la actividad turística”*, 2011:párr., 7).

En los últimos años el Gobierno a través Ministerio Coordinador de Patrimonio (ahora asumido por el Ministerio Coordinador de Conocimiento y Talento Humano), del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, varias instituciones relacionadas con el sector cultural, y la ciudadanía en general, se ha interesado para continuar con el proceso de recuperación y rehabilitación del CHQ. Por ello ha realizado grandes esfuerzos por emprender programas y proyectos para la recuperación del patrimonio cultural, rehabilitación de Inmuebles Patrimoniales Privados, creación de una política de financiamiento para proyectos patrimoniales integrales generados desde el sector público y privado, a fin de dar un buen uso y cuidado a los sitios culturales para disfrute de los ciudadanos, para ello se invirtió un total de \$23.467.946,31 USD en el 2012.

Igualmente el Ministerio de Cultura asigna recursos económicos para apoyar la ejecución de proyectos de investigación, creación, difusión, de las diversas prácticas artísticas del país, implementadas por artistas u organizaciones que promueven la generación de bienes y servicios culturales locales, regionales y nacionales, así como también su consumo y disfrute. Por ello se ha invertido un monto de más de \$13.000.000USD para el 2012, por lo que requiere la colaboración de toda la ciudadanía y entidades de control para continuar con el proceso para el 2013.

Así también el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural participó en la recuperación y restauración de bienes culturales patrimoniales, inventario y registro de bienes, capacitaciones y acciones para preservar bienes patrimoniales, repatriación de bienes culturales, entre otras acciones que ha realizado el INPC durante el año 2012 con una inversión de más de \$4.770.455,31USD un 4% más que el anterior año.

Continuando con el proceso de años atrás, el MDMQ presentó un plan para la recuperación del centro, entre las que destacan revitalización del espacio público, inventario patrimonial, recuperación de edificaciones patrimoniales, programa habitacional, y preservación y conservación del patrimonio cultural con una inversión de \$78.533.249,44 USD y el Plan de Seguridad del CHQ, detallado en el Anexo C y D.

También se propuso la dinamización del espacio público con las noches patrimoniales, Quito a Pie, y Quito Tour Bus, lo que motiva el deseo de conocer sitios patrimoniales y disfrutar del tiempo libre, lo que permite el aumento del turismo local y extranjero.

Sin embargo a pesar del gran aporte que se ha venido realizando a favor de la conservación y desarrollo del turismo cultural por parte del Gobierno Central, empresas privadas, municipalidad e instituciones del sector con programas, planes y proyectos en pro al fomento del turismo cultural no ha sido lo suficiente como para crear una concientización en la ciudadanía en apoyar esta actividad, y aún quedan muchos sitios patrimoniales por construir y por rehabilitar.

Otro limitante que se encuentra es que aún no existe la debida información estadística del ámbito cultural en el Ecuador donde facilite el conocimiento de la situación y de la evolución de la cultura en el país y su carácter como fuente generadora de riqueza y desarrollo económico, por lo que es una dificultad al realizar la investigación de los bienes culturales patrimoniales tangibles e intangibles en restauración o rehabilitación, por lo que se necesita de un ajuste de información y de gestión por parte de los entes de control.

La inversión que se ha realizado hasta el momento es muy reducida y no incentiva la libre creación artística y la producción, difusión, distribución y disfrute de bienes y servicios culturales, así como también el acceso libre a espacios culturales como teatros, museos y centros culturales.

Como resultado de los planes y programas patrimoniales ejecutados por los ministerios e instituciones del Consejo Sectorial, se ha identificado el buen uso de los recursos económicos que todas las instituciones del sector han realizado durante los últimos años. A continuación se presenta en la tabla 22 el presupuesto total de algunas entidades que conforma el Consejo Sectorial que han elaborado estos planes y proyectos para el desarrollo turístico y cultural.

Tabla 22
Comparación de los recursos destinados a la inversión cultural

	2011	2012	
Instituciones	Presupuesto en USD		%crecimiento
Ministerio Coordinador de Patrimonio	18.941.235,00	23.467.946,31	23,90%
Ministerio de Turismo	1.046.000,00	1.241.000,00	18,64%
Ministerio de Cultura	11.836.706,00	13.434.382,03	13,50%
INPC	4.611.303,00	4.770.455,31	3,45%
Municipio del Distrito Metropolitano de Quito	59.947.079,17	78.533.249,44	31,00%

Fuente: Instituciones del Consejo Sectorial (Plan operativo anual, 2011-2012)

Elaboración: Diana Tamayo

En el caso del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito dado que su misión principal es la de fomentar la creatividad, la interculturalidad y la puesta en valor del patrimonio tangible e intangible y en sí el turismo nacional e internacional relacionado con esta actividad, el monto de su presupuesto es mayor con un incremento del 2011 a 2012 en 31%. El Ministerio Coordinador de Patrimonio, ha otorgado un presupuesto de más de \$23.467.946,31 USD y ha aumentado de un 24% del 2011 al 2012. En cuanto al Ministerio de Turismo del 2011 al 2012 se ha incrementado en un 19% y el Ministerio de Cultura tuvo un incremento del 14%.

Por lo que se ve la necesidad de profundizar en el compromiso para el seguimiento y evaluación de la gestión y la planificación de cada una de las instituciones.

Recomendaciones finales del capítulo

Lo que se ha querido lograr durante años ha sido el desarrollo del CH, haciendo de éste un lugar atractivo de encuentro social, cultural y turístico. En ese sentido, es necesario destacar el papel del turismo cultural en la dinamización del patrimonio, situación que está provocando la aparición de nuevos agentes, y nuevos modelos de gestión patrimonial que deben ser ejecutados por entidades gubernamentales y organizaciones interesadas en la revalorización del patrimonio.

A partir del reconocimiento que el Ecuador es un país de gran diversidad cultural y étnico, son desafíos importantes reconocer la importancia de proteger los sitios culturales, fomentar el conocimiento de la diversidad cultural en la población, incentivar el turismo cultural nacional e internacional, conservar, proteger el patrimonio cultural material e inmaterial e iniciar procesos de gestión cultural desde los diferentes sectores gubernamentales y privados.

Como manifestación de esta mayor demanda individual y social por preservar el patrimonio cultural para su uso y goce presente y futuro, se manifiesta un progreso en la sociedad respecto de la necesidad de desarrollar políticas más eficientes para proteger el patrimonio cultural.

El Instituto encargado en la promoción, e inversión de la industria cultural el INPC, junto con el Ministerio de Cultura y Patrimonio y el Ministerio Coordinador de Conocimiento y Talento Humano y el sector municipal, deberían seguir con la consolidación de una estrategia para la dinamización turística del patrimonio cultural tangible e intangible como el medio más eficiente para lograr la valoración y conservación de los recursos históricos, monumentales, arquitectónicos, artesanales y folclóricos de nuestro país, en el que involucren a los organismos internacionales, organizaciones del tercer sector, academias, medios, operadores, agencias de viajes y, especialmente, la comunidad local.

Lo que afecta actualmente al Ecuador, principalmente a Quito son: la deficiente gestión turística de los recursos culturales; la falta de estrategias de mediación/interpretación de la cultura; la carencia de información especialmente para los cuatro últimos años de gestión; la falta de agentes, recursos, productos y servicios turístico-culturales para impulsar la oferta existente, los problemas de inseguridad, orden y aseo que pasan los turistas; y por último, la poca participación de la población local en interés cultural.

Los programas de intervención que se deberían plantear para avanzar con el desarrollo del turismo cultural son:

- Impulsar la cultura y los bienes patrimoniales del país.
- Favorecer al acceso generalizado de la población a los bienes y servicios culturales, especialmente de aquellos sectores que han tenido menos posibilidades.
- Tomar en cuenta las oportunidades que ofrecen para el desarrollo económico y cultural del país.
- Reestructurar los bienes que se encuentran en desuso o deteriorados.
- Comprometer a los entes públicos y al sector privado para lograr financiación compartida de los proyectos culturales.
- Mejorar la educación de las nuevas generaciones para que participen y disfruten de la cultura y del arte, y enriquecer la formación de los futuros profesionales, y de los agentes culturales.
- Difusión de medidas por parte de las instancias gubernamentales, tanto a escala nacional como municipal, con el fin de integrar los proyectos de patrimonio cultural con las políticas y programas de índole cultural.
- Planes de recuperación integral del Centro Histórico y de sus bienes patrimoniales.
- Estadísticas más completas sobre los elementos y áreas patrimoniales en los ámbitos socioeconómicos e histórico-culturales ya que se desconoce el número de feligreses o turistas que visitan todo tipo de sitio cultural como museos e iglesias.

A todo esto se puede decir que la participación ciudadana es esencial para el desarrollo de las culturas y para el turismo cultural. En sociedades donde los presupuestos nacionales, regionales y locales son precarios y las necesidades muchas como el caso de Ecuador, la

cultura suele enfrentarse a problemas de sostenibilidad económica. Los presupuestos públicos para la cultura son bajos. Por eso, es fundamental construir una estrategia integral que involucre activamente a todos los actores, desde el Estado hasta los sectores privados, ya que estos pueden tener intereses en la explotación del patrimonio cultural y disponen de mayores recursos económicos que el mismo Estado.

En el Ecuador no existe un panorama tan rico en programas de responsabilidad social dedicados a la cultura como en las sociedades anglosajonas o en las nórdicas. Esta realidad es explicable en una región donde la pobreza, las desigualdades, la inseguridad ciudadana y los problemas que afrontan la nutrición, la salud, la educación y el medio ambiente, aparecen como temas de prioridad antes que la cultura.

Como se conoce, los desafíos y retos pendientes son muchos y de variada índole. Por un lado, se ha de hacer frente al importante crecimiento que ha tenido el turismo cultural en las últimas décadas; por otro, atender temas de conservación y protección de los bienes patrimoniales.

Conclusiones

En este último capítulo se exponen las conclusiones de esta investigación, después de un amplio recorrido teórico y a su vez de la aplicación empírica de la metodología utilizada en el Centro Histórico de Quito, obteniéndose los resultados acorde con el propósito y los objetivos establecidos. Las propuestas que cierran esta investigación, puede servir para una vinculación más sostenible entre el turismo cultural con la economía del país, y las políticas que se han venido llevando en tema de turismo y patrimonio cultural. A continuación los resultados:

El turismo cultural se refiere a la actividad que permite experimentar las diferentes formas de vida de otras personas y comprender sus costumbres y tradiciones. Toda persona pretende con esto conocer y disfrutar de lugares patrimoniales, por el deseo de observar, aprender y participar en sus manifestaciones culturales. Como dice la teoría, las ganas de consumir los productos culturales crecen a medida que el nivel de satisfacción del turista es mayor y el gusto de disfrutar una experiencia nueva es positivo. El consumo cultural se interpreta como un proceso que contribuye tanto a la satisfacción presente como a la acumulación de conocimientos y experiencia que conduce al consumo futuro.

Como patrimonio cultural se encuentra todos aquellos bienes tangibles o intangibles relacionadas con las actividades artísticas y culturales como son: museos, catedrales, lugares arqueológicos e históricos, ferias y exposiciones, festivales de cine y teatro, obras de arte y pintura, arquitectura, escultura, artesanías, entre otros.

Estos bienes de patrimonio cultural son bienes públicos, que no se comercia en el mercado, donde la compra-venta de artículos muestra los gustos y preferencias de los consumidores y donde se fija un precio competitivo. Al ser público ningún individuo puede ser privado del consumo de los bienes suministrados y en muchos casos existe gratuidad en el acceso. Existen también bienes culturales privados dirigidos al público y que son administrados por el Estado.

La Economía de la Cultura se está consolidando recientemente como una rama dentro del análisis económico, ya que se lo ve como una forma de desarrollo en el país, que proporciona mayor inversión, empleo e ingresos, nuevas oportunidades de negocios, y mejora la calidad de vida.

Los lineamientos que se han tratado en este tema de investigación fueron:

- El análisis de la oferta,
- El análisis del turista cultural
- Las políticas culturales que ha desarrollado entidades del sector público, privado, instituciones internacionales y el municipio.

Sobre la oferta turística, se mencionó algunos lugares patrimoniales de interés cultural por los turistas como museos e iglesias del CHQ atractivos lugares para visitar y conocer.

El Gobierno Central, el Municipio de Quito y sus secretarías, empresas privadas, instituciones del sector han podido articular la gestión del Centro Histórico de Quito, con planes y proyectos que ha generado la restauración y conservación de varias zonas turísticas.

Se han generado iniciativas de inversión rehabilitando varios edificios patrimoniales, construcción de viviendas, mejora en actividades culturales como espectáculos públicos, eventos, fiestas tradicionales y festivales, todo esto con el interés de mejorar la calidad de vida de sus pobladores, y dar mayor importancia al sector turístico cultural convirtiéndose en un modelo de desarrollo.

Sobre la demanda de turismo cultural obedece a un número de factores que pueden ser una combinación de necesidades y deseos, disponibilidad de tiempo y dinero, o imágenes, percepciones y actitudes entre otras cosas.

Para ello se centró en el análisis de las características y el perfil de los turistas que visitan atracciones culturales en el Centro Histórico de Quito.

Es por ello que por medio de la encuesta realizada a turistas culturales se buscó el interés del público por conocer y visitar los distintos elementos del patrimonio cultural difícilmente cuantificables.

En los resultados de la encuesta se observó que la edad media de los visitantes a los sitios de atracción cultural son residentes de Quito, en su mayoría, es un público joven-adulto entre 15 a 40 años (40%), gran parte de los visitantes han cursado estudios primarios, secundarios y universitarios (60%).

Mayoritariamente, utilizaron transporte propio un 25%, y entre sus atracciones culturales más visitadas están los museos, iglesias, galerías de arte, teatros y cines. Los componentes socioculturales que les gusta más de la ciudad son “gastronomía”, “artesanías”, “música”, “museos” e “iglesias”. En cuanto a la imagen que tienen de su ciudad, existe mucha inseguridad y la contaminación de autos en el centro histórico empeora.

Los visitantes que residen en el resto de las provincias del Ecuador están integrados por personas mayores, entre 30 y 49 años (20%). Más de la mitad de estos visitantes posee estudios secundarios y universitarios (50%).

Este tipo de turistas prefieren visitar atracciones culturales como museos, iglesias y monumentos.

El principal medio de transporte utilizado es transporte público (20%), y se alojan generalmente con amigos y familiares (50%). La fuente de información que suelen utilizar para llegar al centro histórico son “amigos y familiares” (30%). Sus vacaciones preferidas, son de “sol y playa” (50%). Los componentes culturales que les gusta más son las “iglesias”, “museos” y “artesanías”. Por último, los aspectos negativos que tienen de la ciudad es la “falta de información” por parte de las autoridades.

Los visitantes extranjeros está compuesto por adultos mayores de 45 años. Su nivel educativo es muy alto (doctorado) (80%). Las atracciones culturales que les gusta visitar son especialmente museos, monumentos, iglesias y galerías de arte. Suelen realizar el recorrido a través de un guía turístico. Se alojan principalmente en “hostales” (45%). Las fuentes de información que utilizan para llegar al centro histórico son a través de agencias de viajes. Por último los aspectos negativos que ven de la ciudad son “vendedores ambulantes”, “contaminación” y “falta de mantenimiento en infraestructura”.

El gasto diario en actividades por conocer el patrimonio cultural y por la estadía, esto equivale a \$74USD diarios y permanecen mínimo 20 días según el país.

La mayor DAP de los turistas culturales prefieren que la entrada a estos centros culturales sean gratuitos sin embargo existen muchos condicionantes ya que es preciso cobrar un

precio de entrada porque es importante brindar un adecuado mantenimiento del lugar, para mejoramiento en la infraestructura y para dar un buen trato a los turistas. El cobro de la entrada a los sitios culturales no es con la finalidad de generar ganancias para sí mismas o para el Estado sino proveer a la sociedad de bienes y servicios que cultivan el carácter educacional y cultural de la misma.

En cuanto a los proyectos que se debe prestar mayor atención para incrementar el turismo cultural serán: mayor promoción y difusión del centro histórico tanto a nivel nacional como internacional, restauración y mantenimiento permanente de los atractivos, de esta manera se apreciaría y se daría mayor relevancia al patrimonio tanto dentro y fuera de la ciudad.

En cuanto a los mecanismos de inversión en el CHQ existe cada año innumerables turistas con ganas de sentir una experiencia nueva por lo que visitar sitios históricos, museos, iglesias, galerías de arte, monumentos y emplazamientos son merecedoras de conservación.

Las obligaciones contraídas por el Gobierno Nacional en inversión en el sector patrimonial del 2002 al 2012 muestran un aumento significativo del 60% lo que demuestra el interés y el apoyo en financiar programas culturales

En los últimos años el Gobierno a través del Ministerio Coordinador de Patrimonio (ahora asumido por el Ministerio Coordinador de Conocimiento y Talento Humano), del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, sus dependencias y secretarías, instituciones relacionadas con el sector cultural, y la ciudadanía en general, se ha interesado para continuar con el proceso de recuperación y rehabilitación del CHQ. Por ello ha realizado grandes esfuerzos por emprender programas y proyectos para la recuperación del patrimonio cultural, rehabilitación de Inmuebles Patrimoniales Privados, creación de una política de financiamiento para proyectos patrimoniales, programa habitacional, y preservación y conservación del patrimonio cultural, campañas promocionales del turismo y dinamización del espacio público a fin de dar un buen uso y cuidado a los sitios culturales para disfrute de los ciudadanos y dar buen uso del tiempo libre. Se ha presupuestado gran cantidad de dinero para la realización de todo tipo de programas relacionado con la cultura y el turismo.

Para finalizar las complicaciones que se tuvo en sí al realizar el presente trabajo fue que existe muy poca información, casi nada sobre estadísticas, datos, porcentajes y valoración del turismo cultural específicamente, ya que lo que se encuentra de información es relacionado a otro tipo de turismo que realizan las personas principalmente turismo recreativo, aventura, sol y playa, deportivo en general; y los motivos de visita se encuentra que son principalmente: visita amigos/familiares, negocios, recreación/vacaciones, reuniones/ congresos, estudios, religión, eventos deportivos, tratamientos de salud entre otros pero no específicamente sobre la cultura, por lo que ha sido difícil de cuantificar expresamente el número de turistas que viene por motivos exclusivamente culturales y se ha complicado también el análisis del perfil, gustos y preferencias del turista cultural en años anteriores. Es por ello que con la aplicación de la encuesta se quiso profundizar más este tema de turismo cultural en el CHQ expresamente a turistas que visitan atracciones culturales y de ahí obtener mayor información sobre el perfil, motivación, preferencias y opiniones sobre la cultura en general.

Recomendaciones

El proceso de deterioro del centro histórico durante muchos años ha ido de la mano del deterioro de la gestión pública, por falta de interés y preocupación por un espacio público que puede traer beneficios a futuro.

Aunque la inversión en patrimonio cultural para el 2012 se ha incrementado en un 60% con respecto al año 2010 y un 173% con respecto al año 2007, el Gobierno ecuatoriano debería seguir haciendo esfuerzos por incrementar la inversión, generalmente en exposiciones de pintura y escultura o espectáculos de danza y música, cine, rehabilitación de sitios patrimoniales, etc., el Gobierno debería participar activamente en la promoción del turismo cultural cada año, con esto, impulsa la consolidación de la cultura en el país como icono internacional. Como la economía de la cultura tiene el potencial de fomentar el crecimiento económico, la creación de empleos y generación de inversiones y, a la vez, la inclusión social, y el desarrollo social, se debe tomar en cuenta como una actividad más de rentabilidad en el país y los aportes que se realicen debe ser por parte de todos los entes tanto públicos como privados y de la ciudadanía en general.

A pesar de todos los planes y proyectos en el CHQ en los últimos seis años de administración del Presidente Rafael Correa, aún queda mucho por investigar y por hacer para el sector turístico cultural. Para ello se ha realizado las siguientes observaciones:

Mejorar la eficiencia de la gestión estatal. Se propone las siguientes medidas para mejorar la acción del Estado en la protección del patrimonio:

- Aunque ya existe, se debería mejorar el catastro nacional de los bienes patrimoniales tangibles e intangibles, que debe ser público para toda la ciudadanía.
- Evaluar los costos de protección del patrimonio cultural y establecer una clara política de prioridades que refleje criterios transparentes de preferencias y de costos de los recursos empleados.
- Consolidar las funciones de elaboración de políticas de protección, supervisión del patrimonio cultural, fiscalización de los programas públicos y financiamiento público de los proyectos de protección, en una institución única del gobierno y no en varias dependencias como existe actualmente, es decir, el Instituto Metropolitano de Patrimonio Cultural maneja una cantidad de datos, la Zona Centro otra cantidad, la Secretaria de Cultura, y el Municipio de Quito otro tipo de datos, por lo que se recomienda optimizar recursos y esfuerzos centralizando la información de cultura en una sola Institución encargada.
- Incrementar los recursos estatales para proyectos de protección y conservación, y continuar con los planes de rehabilitación del centro para este año 2013.
- Se requiere mayor control de actividades por parte de entidades públicas en el Centro histórico respecto a la administración de los bienes patrimoniales, con la mira puesta en

la preservación y conservación de dicho patrimonio histórico, además de la intervención de las autoridades en inversiones en la actividad turística cultural.

- Mayor apoyo en entidades encargadas de administrar el patrimonio acerca de la posibilidad de otorgar concesiones a ONG para administrar el patrimonio cultural o para ceder en concesión la explotación de servicios complementarios al que ofrece la entidad pública que administra el bien patrimonial.
- Una estrategia importante para fortalecer la posición de las agencias estatales encargadas de proteger el patrimonio cultural es la de crear vínculos de cooperación con otras agencias del mismo sector y empresas del sector privado, con ello se pretende un mayor financiamiento en bienes patrimoniales y en actividades culturales.
- Una tarea inmediata que debe emprender el sector público es de intensificar sus esfuerzos por mejorar aspectos generales como limpieza, seguridad y orden, los mismos que, si bien no fueron objeto de análisis directo, fueron aspectos perceptibles al momento de realizar las encuestas a los turistas, en el sentido de que existe una sensación de inseguridad, principalmente en los recorridos por el CHQ. Por ello se requiere de acciones inmediatas para terminar con el tema de inseguridad con incremento de la policía nacional y turística, además de disponer de un medio de movilización seguro como compañías de taxis que se encuentren en las cercanías de los lugares más visitados, otorgarían la oportunidad a dichos turistas de visitar el CHQ durante la noche, con la garantía necesaria.
- Además se necesita del emprendimiento de las agencias de viajes, operadores turísticos, empresas privadas para aportar en la promoción y venta de este turismo cultural, por ello se requiere elaborar un proyecto en el que se indique los beneficios de este tipo de turismo, y la oferta de productos y servicios, no solo los atractivos ya conocidos si no muchos otros que faltan por conocer.

Es deber de la sociedad y del Estado promover una mayor valoración del patrimonio cultural, lo que puede realizarse a través de las siguientes iniciativas:

- Incorporar en todos los niveles de la educación escolar el concepto de patrimonio cultural y su importancia para la preservación de la identidad cultural del país, además de apoyar el turismo cultural entre los estudiantes.
- Realizar campañas publicitarias relativas al valor de la conservación del patrimonio cultural en colegios y universidades.
- Establecer como política de Estado la valoración del patrimonio, reflejando en discursos, publicaciones y actividades gubernamentales.
- Continuar con la promoción y financiación de campañas locales, nacionales e internacionales, en conjunto con entidades relacionadas con el turismo y la cultura en el país, que eduquen a la población acerca de la importancia de preservar la herencia cultural y promuevan en ella actitudes favorables hacia su preservación.

De acuerdo con los resultados de la encuesta se debería dar mayor importancia en incentivar el turismo cultural en el CH principalmente en otras provincias fuera de Quito como en toda la Costa, y Amazonia, y en el extranjero, con el fin de aumentar esta actividad que aún se encuentra arraigada.

También debe existir un gusto e interés por conocer nuestro patrimonio cultural en niños, jóvenes, adultos y adultos mayores, de cualquier nivel socioeconómico ya sea bajo, medio o alto, con el fin de preservar, conservar los bienes patrimoniales, y conocer la historia y la cultura del país.

Otro objetivo que se debería lograr es que los turistas culturales que llegan al país permanezcan más tiempo e inviertan la mayor cantidad de dinero en alojamiento, transporte y alimentación, y las condiciones de oferta relacionadas con seguridad, higiene, cordialidad, calidad en los servicios y precios satisfagan al turista, con ello se pretende que el turista tanto nacional como extranjero tengan la voluntad de volver a la ciudad y recomienden a Quito como destino turístico a visitar a un mayor número de personas.

Por otro lado tenemos que cuidar los componentes culturales que tiene el CHQ como museos, iglesias, monumentos, parques históricos, arquitectura en general, etc., y participar activamente en actividades como teatro, danza, cine, fiestas y festivales tradicionales de la ciudad, etc., para seguir fomentando el turismo cultural en el país y que esto se difunda entre todas las generaciones.

Además, los precios de entrada a estos sitios de atracción cultural deben ser precios diferenciados dependiendo de las características del consumidor cultural, incluyendo promociones, y descuentos para personas de bajos recursos y dependiendo del público ecuatoriano en general: estudiantes, adultos, adultos mayores y discapacitados, así como un precio diferente para público extranjero, todo esto traerá un beneficio ya que habrá la oportunidad de que se incremente el número de turistas.

Por ello el Ministerio de Cultura junto con el Ministerio Coordinador de Patrimonio (asumido ahora por el Ministerio Coordinador de Conocimiento y Talento Humano), el Municipio de Quito y sus Dependencias y Secretarías, serán los encargados de financiar la cultura, preservar los bienes patrimoniales, creando políticas y se preocuparán de educar a la sociedad para que pueda apreciar la cultura y acceder a sus manifestaciones más excelsas.

Por último, el turismo cultural en la ciudad ha sido poco conocido y no existe información precisa al respecto por lo que se recomienda a las autoridades que se haga una mayor evaluación y análisis del mismo ya que como se ha visto el turismo cultural puede ser una gran actividad económica y social que se lo debe aprovechar de la mejor manera.

Referencias Bibliográficas

- Arezo, Fernanda y Pereyra, Verónica (2008) ***Museos y ciudadanos: Comportamiento del consumidor*** (Disertación de Economía). Montevideo: Universidad de la República. Facultad de Ciencias Económicas y de Administración.
- Arizaga Dora, Rivas Alex y Valdez Francisco (2008) ***Revista del Patrimonio Cultural del Ecuador***, INPC. Ecuador
- Asuaga, Carolina; Lecueder, Manon y Vigo, Silvia (2005) ***Las Artes Escénicas y la Teoría General del Costo***. Universidad de la República, Uruguay. Recuperado de <http://www.ccee.edu.uy/investigacion/cultura/artescenicass.pdf>
- Azqueta, Diego (2007) ***Introducción a la economía ambiental***. Segunda edición, McGraw Hill/ Interamericana de España.
- Banco Interamericano de Desarrollo (2012) ***Ecuador fortalecerá la protección de su patrimonio cultural con apoyo del BID***. Washington. Recuperado de <http://www.iadb.org/es/noticias/comunicados-de-prensa/2012-01-11/proteccion-del-patrimonio-cultural-en-ecuador,9806.html>
- Banco Interamericano de Desarrollo (2012) ***Programa de protección y recuperación del patrimonio cultural*** (EC-L1097), Ecuador. Recuperado de <http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getdocument.aspx?docnum=36556811>
- Barrera, Augusto (2011) Sistema Metropolitano de Museos y Centros Culturales (SIMMYCC). Recuperado de <http://www.simmycc.gob.ec/index.php/guia-a-los-museos-y-centros-culturales-quito>
- Beltrán, Silvia (2009) ***Iglesias del Centro Histórico de Quito***. LICTUR-Ecuador. Recuperada de <http://blog.espol.edu.ec/lietur/2009/08/08/iglesias-del-centro-historico-de-quito/>
- Bernal, Jorge Luis (2010) ***Estudio de factibilidad para la creación de un centro de investigaciones y estudios turísticos de la Provincia de Imbabura ubicado en la ciudad de Ibarra***, (Disertación de Economía). Ecuador: Universidad de Otavalo. Recuperado de <http://repositorio.uotavalo.edu.ec/bitstream/123456789/30/2/UO-AT-GET-04-JORGE%20LUIS%20BERNAL%20YAMUCA%20INFORME%20FINAL.pdf>

Capital Americana de la Cultura. ***La ciudad de Quito es designada oficialmente Capital Americana de la Cultura 2011.*** Recuperado de <http://www.cac-acc.org/news.php?id=118>

Comisión Económica para América Latina y el Caribe (s.f.) ***Tecnologías de la Información y la Comunicación e Industrias Culturales.*** Recuperado de <http://www.eclac.org/publicaciones/DesarrolloProductivo/2/LCW92/Cap4.pdf>

Corporación Ciudad Alfaro. ***La identidad nacional, el patrimonio, el Plan del Buen Vivir y el Gobierno de la Revolución Ciudadana.*** Recuperado de <http://www.ciudadalfaro.gob.ec/ciudad-alfaro/el-plan-nacional-y-el-gobierno-de-la-revolucion-ciudadana>

Curiel, Javier Esteban (2007) ***La demanda del turismo cultural y su vinculación con el medio ambiente urbano: Los casos de Madrid y Valencia*** (Tesis doctoral), España: Universidad Complutense.

Departamento de Matemáticas. Proyecto de seguimiento a los cursos de estadística. Recuperado de <http://www.estadistica.mat.uson.mx/Material/elmuestreo.pdf>

Díaz, María Elena (2011) ***Rescate de tradiciones gastronómicas y la actividad turística,*** recuperado de <http://www.gestiopolis.com/economia-2/rescate-tradiciones-gastronomicas-actividad-turistica.htm>

Distrito Metropolitano de Quito (Plan de Desarrollo 2012-2022). Recuperado de http://www.centrocultural-quito.com/imagesFTP/13644.Plan_de_Development_Local_2012_2022.pdf

Distrito Metropolitano de Quito, ***Rehabilitación del Centro Histórico de Quito (2009).*** Recuperado de http://www.laciudadviva.org/opencms/export/sites/laciudadviva/04_experiencias/Ecuador/chquito/9479_Ecuador_Rehabilitacixn_Centro_Histxrico_de_Quito.pdf

El Ciudadano (2013), ***Se suprimió el Ministerio Coordinador de Patrimonio (Decreto).*** Ecuador

Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico (2012) ***Caracterización del turismo receptor en el DMQ.*** Recuperado de <http://www.quito-turismo.gob.ec/index.php/estadisticas/gasto-y-perfil-del-turista/category/46-2012-demanda-del-turismo-receptor>

Espinosa, María Fernanda (2012) El patrimonio tiene una relación vital con la economía, Nuestro Patrimonio. **Revista del Ministerio Coordinador de Patrimonio**, 37, (11).

Frey, Bruno (2000) **La economía del arte**. Barcelona: La Caixa.

Fondo de Salvamento del Patrimonio Cultural (FONSAL, 2009) **Recuperación Urbana arquitectónica del Centro Histórico de Quito**. Quito-Ecuador. Recuperado de http://www.cmeal.org/documents/renovacionquito_ES.pdf

Galindo Vega, Laura Patricia y Zenteno Licea, Cinthya Leticia (2004) **Vinculación del Centro Histórico de la Ciudad de Puebla con Itinerarios Turísticos Culturales**. México: Universidad de las Américas Puebla. Recuperado de http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lhr/galindo_v_lp/capitulo2.pdf

Gutiérrez, Héctor San Martín (2008) **Turismo cultural, orientaciones para su desarrollo**. Servicio Nacional de turismo- Chile- Departamento de Promoción. Recuperado de http://www.cceproyectos.cl/uvic/wpcontent/docs/docs_pdf/libros_y_documentos/153.%20TURISMO-CULTURAL.pdf

Herrero Prieto, Luis César (2001) Economía del Patrimonio Histórico. **Revista de investigación Económica y Social de Castilla y León**. Recuperado de http://www.revistasice.com/CachePDF/ICE_792_151-168__A11B0C4F6C74891BDA1BF049B79D894B.pdf

Herrero, L.C.; Sanz, J.A.; Bedate, A.; Devesa, M. y Barrio, M.J. del (2003) Valoración económica de bienes públicos en relación al patrimonio cultural de Castilla y León. Propuesta metodológica y aplicación empírica. **Revista de investigación Económica y Social de Castilla y León**, España.

Herrero Prieto, Bedate Ana María y Sanz, Lara José Ángel (2003) Valoración de bienes públicos relativos al patrimonio cultural. Aplicación comparada de métodos de estimación y análisis de segmentación de demanda. **Revista económica publica, Universidad de Valladolid**, España.

Instituto de la Ciudad-Municipio del Distrito Metropolitano de Quito (2013) **Conociendo Quito, estadísticas del Distrito Metropolitano**. Recuperado de <http://www.institutodelaciudad.com.ec/attachments/article/132/Folleto%20N%C2%B0%203.pdf>

INEGI-SECTUR, **Cuenta Satélite del Turismo de México 1998-2003**, s.p., Recuperado de http://archivos.diputados.gob.mx/Centros_Estudio/Cesop/Eje_tematico/d_turismo.htm

Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, Ecuador. Recuperado de <http://www.inpc.gob.ec/direcciones-regionales/quito-r1-y-r2>

Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, Informe de Gestión dic. 2012, Ecuador. Recuperado de <http://www.inpc.gob.ec/component/content/article/495>

Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, Ecuador. *Planes y Programas 2012*. Recuperado de http://www.patrimonio.quito.gob.ec/images/doc_lotaip/2012/PLANES_Y_PROGRAMAS.pdf

Izaguirre Remón, Rafael C.; Rivera Oliva, Reinaldo y Mustelie Necolardes, Sordelicia. ***La revisión bibliográfica como paso lógico y método de la investigación científica***, Facultad de Ciencias Médicas, Universidad Nacional de Guinea Ecuatorial.

La Comunidad de los museos del mundo (ICOM 2000) ***Museos, patrimonio y turismo cultural***. La Paz, Bolivia.

Levin, Richard y David Rubin (2010) Estadística para Administración y Economía, 7° ed. Pearson, México.

Mendoza, Leticia (2002) ***La importancia del museo “Artes” como atractivo turístico de la ciudad de Quito***, (Disertación de grado), Escuela Tecnológica Equinoccial.

Ministerio Coordinador de Patrimonio, Ecuador. Recuperado de <http://www.patrimonio.gob.ec/>

Ministerio Coordinador de Patrimonio, Planes y proyectos ejecutados para el 2013, Ecuador. Recuperado de <http://www.patrimonio.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/03/Formato-A-FEBR2013.pdf>

Ministerio Coordinador de Patrimonio, Informe de rendición de cuentas 2012, Ecuador. Recuperado de http://www.patrimonio.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/Informe-consolidado_250213_FINAL_AL.pdf

Ministerio de Cultura, Rendición de Cuentas 2011, Ecuador. Recuperado de <http://www.cultura.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/08/cuentasectorialr1.pdf>

Ministerio del Interior 2013, Plan de Seguridad se empieza a implementar en Centro Histórico de Quito. Recuperado de <http://www.ministeriointerior.gob.ec/plan-de-seguridad-se-empieza-a-implementar-en-centro-historico-de-quito/>

Ministerio de Turismo 2011, **Barómetro Turístico de Ecuador**. Volumen No.1. Recuperado de http://yebool.com.ec/wp-content/uploads/2011/01/Barometro_para_difusion.pdf

Ministerio de Turismo del Ecuador (2008) **Plan estratégico de desarrollo de turismo sostenible para Ecuador. “PLANDETUR 2020”**. Recuperado de <http://www.undp.org.ec/odm/planes/plandetur.pdf>

Moreno, Elisabet (2007) **El turismo en Ecuador**. Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Quito. Recuperado de: http://www.icex.es/FicherosEstaticos/auto/0806/turismo_24335_.pdf

Muestreo. Complejo Hospitalario Universitario de Albacete. Recuperado de <http://www.chospab.es/calidad/archivos/Metodos/Muestreo.pdf>

Municipio Distrito Metropolitano de Quito, Planificación del Plan Operativo (POA 2012). Recuperado de http://www.quito.gob.ec/lotaip2012/k/SEGUIMIENTO_CULTURA.pdf

Municipio Distrito Metropolitano de Quito, Actividades del Plan operativo anual (POA 2012). Recuperado de http://www.patrimonio.quito.gob.ec/images/doc_lotaip/2012/POA_2012_IMP.pdf

Municipio del Distrito Metropolitano de Quito (2005) Proyecto de desarrollo económico y social de la zona centro del Distrito Metropolitano de Quito. **“Estudio de la oferta y demanda de servicios turísticos en el Centro Histórico de Quito”**.

Municipio del Distrito Metropolitano de Quito 2008. Atlas ambiental del Distrito Metropolitano de Quito. Quito-Ecuador.

Organización Mundial de Turismo (2001), citado en Secretaría de Turismo, Programa Nacional de Turismo 2001-2006, México. Recuperado de http://www.sectur.gob.mx/wb2/sectur/sect_231_programa_nacional_de

Organización Mundial de Turismo (s.f.) **¿Por qué el Turismo?. El turismo: un fenómeno económico y social**. Recuperado de <http://www2.unwto.org/es/content/por-que-el-turismo>

Pérez de las Heras, Mónica (2004), **Manual del Turismo Sostenible**. Ed. Mundi-Prensa
Recuperado de <http://books.google.com.ec/books?id=31GP0yv3pTkC&pg=PA21&lpg=PA21&dq=Entorno+habitual+de+una+persona+consiste+en+una+cierta+%C3%A1rea+alrededor+de+su+lugar+de+residencia+m%C3%A1s+todos+aquellos+lugares+que+visita+frecu>

[entemente&source=bl&ots=0q4gifpJe9&sig=2LBT8_QwQBvo1a1k23T_T9nSr8&hl=e
s&sa=X&ei=vNKET7myFoigtweZ0I3qBw&ved=0CEQQ6AEwBQ#v=onepage&q&f=fal
se](http://www.flacsoandes.org/dspace/bitstream/10469/2089/6/TFLACSO-IPM2009.pdf)

Pino, Inés (2009), **Centro Histórico de Quito. Una centralidad urbana en transformación hacia el turismo 2001-2008**, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales. FLACSO – ECUADOR, Maestría en Gobierno de la Ciudad-Programa Estudios de la Ciudad. Recuperado de <http://www.flacsoandes.org/dspace/bitstream/10469/2089/6/TFLACSO-IPM2009.pdf>

Plandetur 2020. **Plan estratégico de desarrollo de turismo sostenible para Ecuador**, Ministerio de Turismo. Recuperado de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PLANDETUR-2020.pdf>

Quito, Capital Americana de la Cultura, 2011. Memoria de Actividades. Recuperado de <http://www.ibocc.org/newsletter/MemoriaQuito2011.pdf>

Quito, Capital Americana de la Cultura, 2011. Primer Patrimonio de la Humanidad. Recuperado de http://www.artbrand.ec/quitocapital/index.php?option=com_content&view=article&id=142&Itemid=56

Rojas, Eduardo (2002) **La preservación del patrimonio histórico urbano en América Latina y el Caribe**. Banco Interamericano de Desarrollo, Washington D.C. Recuperado de <http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getdocument.aspx?docnum=1442337>

Sanz Lara, José Ángel y Castro García, Rubén (2001) **Bienes culturales. Una caracterización de la no disposición a pagar**. Departamento de Organización y Gestión de Empresas, Escuela Universitaria de Estudios Empresariales, Universidad de Valladolid. Recuperado de http://www.jcyl.es/jcyl/cee/dgeae/congresos_ecoreg/CERCL/431_1.PDF

Secretaría de Turismo, SECTUR (2006). **Turismo Cultural en México. Resumen Ejecutivo del Estudio Estratégico de Viabilidad del Turismo Cultural en México**. Recuperado de <http://sic.conaculta.gob.mx/documentos/12.pdf>

Servicio Nacional de turismo (SERNATUR) – Departamento de Promoción de Chile 2008. Turismo cultural. **Orientaciones para su desarrollo**. Recuperado de https://docs.google.com/viewer?a=v&q=cache:EyTQckisRFUJ:felipealiaga.ublog.cl/archivos/10361/turismocultural_sernatur.pdf+TURISMO+CULTURAL.+ORIENTACIONES+PARA+SU+DESARROLLO+DEL+SERNATUR.+CHILE+PDF.&hl=es-419&gl=ec&pid=bl&srcid=ADGEESjGUBM7k4Mpk3DwDfx0iq4IP_A8p4YFyfJjQ-BFFDBfj-Z3ppT4OrlxSXPypafzG-6ByvR9BNkc_0RRivYd2bh1thcm9O0ZT0boJUKnZXsoVJln4w5xfV90eyJ9y2XfY-JVF1_g&sig=AHIEtbR4VLLILFeFiCIRf9r2fr0FUt8ZcQ

Sistema de Cuentas Nacionales de México (2011) *Cuenta satélite del turismo de México 2005-2009*. Recuperado de http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/espanol/metodologias/cuentas/anuales/metodolo_cstm.pdf

Sitio oficial turístico, Quito, Primer Patrimonio de la Humanidad (2011) **Quito, capital americana de la cultura**. Recuperado de http://www.quito.com.ec/index.php?page=shop.browse&category_id=51&option=com_virtuemart&Itemid=89&vmcchk=1&Itemid=89

Schettini del Moral, Rocío (s.f.) **Encuestas**, Universidad Autónoma de Madrid http://www.uam.es/personal_pdi/psicologia/orfelio/Encuestas.pdf

Solomon, Michael (2008) **Comportamiento del consumidor**. 7ma edición. Prentice Hall. México.

Stolovich, Luis (2002) **Diversidad creativa y restricciones económicas. La perspectiva desde un pequeño país**. Revista de Cultura. Organización de Estados iberoamericanos. Recuperado de <http://www.oei.es/pensariberoamerica/ric01a03.htm>

Throsby, David (2001) **Economía y Cultura**, Cambridge, Ed. AKAL

UNESCO (1978) **Recomendación sobre la Protección de los Bienes Culturales Muebles**. Recuperado de http://portal.unesco.org/es/ev.php-URL_ID=13137&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html

Vaca Andrade, Análisis Jurídico, Delitos contra el patrimonio cultural en Ecuador Recuperado de <http://www.analisisjuridico.com/publicaciones/delitos-contra-el-patrimonio-cultural-en-el-ecuador/>

Zanlongo, Betsabe (2003) **Patrimonio cultural inmaterial**, Centro de Integración, Cooperación y Desarrollo Internacional, Argentina. Recuperado de <http://www.cicodi.org/Publicaciones/CDocumentsandSettingscarmenEscritoriopublicacionesPatrimonioCulturalInmaterial-20983457671.pdf>

Zuleta, Luis Alberto y Jaramillo, Lino (2003) **Impacto económico del patrimonio del Centro Histórico de Bogotá**, D.C, Observatorio, Cultura y Economía. Recuperado de <http://www.sinic.gov.co/sinic/cuentasatelite/documentos/011%20a%20026.pdf>

Anexos

Anexo A

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

FACULTAD DE ECONOMÍA

ENCUESTA:

La siguiente Encuesta va dirigida a los turistas nacionales e internacionales que visitan el Centro Histórico de Quito, principalmente museos e iglesias de la ciudad, con el fin de estudiar la demanda del turismo cultural. El cuestionario está dividido en cuatro grupos de preguntas, mediante las cuales se pretende medir: I) el perfil del turista cultural; II) la disposición a pagar; III) consumo cultural; IV) motivaciones, gustos, preferencias y sus opiniones sobre cultura.

El primer grupo de preguntas está encaminado a medir el perfil sociodemográfico del turista cultural. El segundo grupo trata de conocer la disposición a pagar (DAP) del encuestado a través de una serie de dos preguntas cerradas y un cuestión abierta final para que el individuo pudiera reflejar su verdadera DAP libremente. El tercer grupo está destinado a conocer el medio de transporte que habían empleado para desplazarse hasta el lugar, los acompañantes, el grado de satisfacción con la visita y las fuentes de información, y el cuarto grupo conocerá el objetivo del turista cultural y algunas preguntas sobre cultura.

Agradezco su participación en esta encuesta:

I PARTE:

Perfil sociodemográfico

1. ¿Cuál es su lugar de residencia?

Quito ()

Resto de Ecuador () Ciudad.....

Extranjero () País.....

2. Por favor, indique su sexo

Hombre ()

Mujer ()

3. Por favor, indique su grupo de edad (en años)

15 o menos () 20-29 () 40-49 ()

16-19 () 30-39 () 50 en adelante ()

4. ¿Cuál es su nivel de estudios?

Doctorado ()
Postgrado ()
Superior Universitaria ()
Educación secundaria ()
Educación primaria ()
Ninguna ()

5. ¿Indique la categoría que describe mejor su ocupación?

Empleado/a de Gobierno () Empleado/a Privado ()
Cuenta propia () Jornalero o Peón ()
Patrono/a () Trabajador del hogar no remunerado ()
Empleado/a doméstico/a () Estudiante ()
Otros () ¿Cual?.....

6. Por favor indique el sector en el que labora

Industria manufacturera () Construcción ()
Agrícola () Comercio ()
Transporte () Administración pública ()
Enseñanza () Servicios domésticos ()
Otra ¿Cuál?.....

II PARTE:

7. ¿Estaría dispuesto a pagar un precio de entrada a un sitio cultural?

Sí ()
No ()

¿Por qué?

8. ¿Considera que los precios de las atracciones culturales que ha visitado en el Centro Histórico son?

Muy bajos ()
Bajos ()
Normales ()
Altos ()
Muy altos ()

9. ¿Hasta cuánto pagaría por la entrada a un sitio cultural?

Entre \$1,00-\$2,00 () Entre \$2,01-\$4,00 () Entre \$4,01-\$6,00 ()
Entre \$6,01-\$8,00 () Más de \$8,00 ()

III PARTE:

10. ¿Qué medio de transporte utiliza para visitar las atracciones culturales en el Centro Histórico?

Transporte público (bus, trole, taxi)	()	A pie	()
Automóvil propio	()	Moto	()
Carro rentado	()	Bicicleta	()

11. ¿Dónde está alojado? (Para turistas nacionales fuera de Quito y extranjeros)

Hotel	()	Apartamento	()
Pensión	()	En casa de familia o amigos	()
Otro	()	¿Donde?.....	

12. ¿Con quién visita usted las atracciones culturales en el Centro Histórico?

Solo	()	Con amistades	()
Con el grupo del tour	()	Con la familia	()

13. En promedio ¿Cuántos días tiene planeado pasar en este destino turístico? (Si es extranjero o nacional fuera de Quito, sino pase a la P14)

Escriba el número.....

14. ¿Qué fuentes de información ha consultado antes de llegar al Centro Histórico?

Familia / Amigos	()	Programas de TV / Radio	()
Visita anterior	()	Diarios / Revistas	()
Internet	()	Folleto de Tour-operadores	()
Oficina de turismo	()	Guías de viaje	()
Agencia de viajes	()	Otro	()

15. ¿Cómo describiría el tipo de vacaciones que normalmente realiza?

Turismo de sol y playa	()	Turismo rural	()
Turismo de deporte/ salud	()	Turismo itinerante	()
Turismo cultural	()	Ecoturismo / naturaleza	()
Otro	()	¿Cuál?	

IV PARTE:

16. El objetivo de su visita al Centro Histórico de Quito es:

- Para hacer turismo ()
- Para hacer compras ()
- Para conocer más sobre la cultura ()
- Visitar monumentos, museos e iglesias ()
- Otro () Especifique

17. ¿Cuáles de las siguientes atracciones culturales ha visitado en Quito?

- | | | | |
|---------------------|-----|----------------------|-----|
| Museos | () | Monumentos | () |
| Galerías de arte | () | Iglesias | () |
| Espacios históricos | () | Teatros | () |
| Danza | () | Centros de artesanía | () |
- Otros.....

18. Asignar la importancia de los atractivos culturales que encuentra en el Centro Histórico, en una calificación del 1 al 10.

- | | | | |
|------------------------|-----|-----------------------|-----|
| Iglesias | () | Parques | () |
| Arquitectura antigua | () | Museos | () |
| Artesanías | () | Arte religioso | () |
| Gastronomía | () | Monumentos históricos | () |
| Edificaciones antiguas | () | Música | () |
- Otros atractivos que usted considere importantes.....

19. ¿Cuáles considera que son los aspectos negativos de visitar el Centro Histórico?

- Inseguridad ()
- Vendedores ambulantes ()
- Aseo ()
- Mantenimiento de infraestructura ()
- Contaminación ()
- Tipos de establecimientos comerciales ()
- Otros () ¿Cuál?.....

20. De los componentes socio culturales que tiene la ciudad de Quito, ¿cuáles cree usted que gustaría más a los turistas? Asignar su apreciación según corresponda del 1 al 8

- | | | | |
|--------------------|-----|--------------------|-----|
| Música y danza | () | Artesanías | () |
| Historia y leyenda | () | Fiestas religiosas | () |
| Monumentos | () | Fotografía | () |
| Deportes | () | Teatro | () |

21. ¿Puede indicar cuánto ha gastado o presupuesta gastar durante esta visita? De forma individual y por día. (Si es extranjero o nacional fuera de Quito, sino pase a la P22).

Entre un rango de datos:

Paquetes turísticos:

Alojamiento:

Comida y bebida:

Transporte:

Compras:

Entradas de atracciones:

22. Qué acciones cree usted que son necesarias para que incremente la afluencia de los visitantes al Centro Histórico de Quito:

Interés de las autoridades en la preservación y conservación del Centro Histórico ()

Interés en la valoración de la cultura propia ()

Mayor difusión de los atractivos del Centro Histórico ()

Mantenimiento en la infraestructura de los atractivos ()

Mayor Seguridad ()

Otros: ¿Cuáles?

23. ¿Qué entiende por Turismo Cultural?

.....
.....

24. ¿Cuáles proyectos cree que se debería implementar en Quito para dinamizar el turismo cultural?

.....
.....
.....

25. ¿Para qué debemos cuidar el Centro Histórico de Quito?

.....
.....
.....

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo B

Personas Entrevistadas:

LLERENA Margarita (Directora Técnica de Cultura del Instituto Metropolitano de Patrimonio Cultural).

SILVA Manuel (Dirección Administrativa del Instituto Metropolitano de Patrimonio Cultural).

BARRENO Washington (Director de Espacio Público de la Secretaria de la Cultura).

